

Cultura y
desarrollo

**Comunicación
sostenible
y desarrollo humano
en la sociedad
de la información**

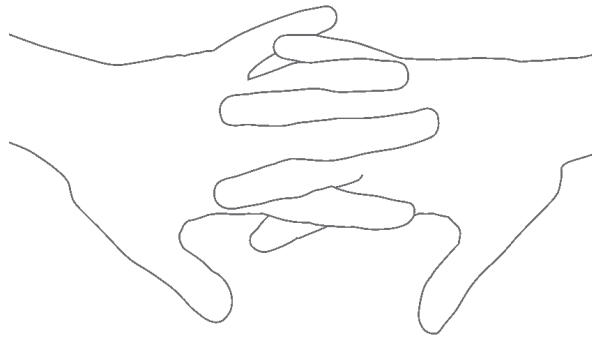
Consideraciones y propuestas
Juan Carlos Miguel de Bustos



**Comunicación sostenible
y desarrollo humano
en la sociedad
de la información.**

Consideraciones y propuestas.

Juan Carlos Miguel de Bustos.



© JUAN CARLOS MIGUEL DE BUSTOS. **Agencia Española de Cooperación Internacional. Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas.** Avda. Reyes Católicos, 4, 28040 Madrid. **Diseño de la colección y portada:** Cristina Vergara. **NIPO:** 502-06-035-5. **ISBN:** 84-8347-010-1. **Depósito legal:** M. 46746-2006. **Impresión:** EGRAF, S.A.

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a todas las personas que directa o indirectamente han contribuido a que este texto haya visto la luz. En especial a los responsables del curso de doctorado de Economía Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas de Bilbao, en el que desde hace una década imparto el curso de *Nuevas tecnologías: nuevas formas de exclusión*. El contacto con los alumnos y alumnas de estos cursos ha sido muy estimulante para continuar investigando las relaciones entre tecnología, comunicación y cultura, y es a quienes dedico este libro. A mi colega Gotzon Toral y a mi doctorando Benyi Arrocés, les agradezco las innumerables lecturas de los textos y sus socráticos consejos.

Índice

Presentación	9
Prólogo	13
Introducción	17
Capítulo I. Desarrollo humano, sostenible y participativo	27
1. Desarrollo sostenible.....	29
2. Desarrollo humano y comunicación.....	30
3. Desarrollo local.....	33
4. Cultura y desarrollo sostenible, humano y participativo.....	35
Capítulo II. La sostenibilidad de la cultura	37
1. Cultura y ecología. Ecología cultural.....	39
2. Sostenibilidad de la cultura y sostenibilidad del desarrollo	43
3. Las hipótesis de Canclini	47
4. Cultura del desarrollo y desarrollo de la cultura.....	49
Capítulo III. Las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs)	57
1. TICs y cambios.....	59
2. Las TICs y el desarrollo.....	61
3. TICs. Oportunidades y amenazas para la cultura digital.....	62
4. Las tecnologías de propósito general	65
5. TICs y diferencias de desarrollo.....	67
6. Riesgos y beneficios de las TICs.....	69
Capítulo IV. Sociedad de la información y sociedad del conocimiento	71
1. Sociedad de la Información	73
2. Informes sobre la sociedad de la información. Tecno y socioutopías	75
3. Cambios estructurales en la información.....	78

4. La sociedad de la información, según B. Miège.....	81
5. Sociedad del conocimiento	83
6. Sociedad del conocimiento, pero menos	84
Capítulo V. Nuevas tecnologías. Nuevas formas de exclusión: la brecha digital.....	89
1. Brecha digital.....	91
2. Avance con salto de etapas (leapfrogging).....	94
3. Sobre los usos de las TICs. Brecha digital en Latinoamérica.....	96
4. Índice de preparación a las redes	98
5. Contribución de Sciadas	100
6. Tecnologías de la Información y Bienes Públicos Globales.....	101
7. Brecha digital sí. Brecha digital no.....	103
8. Alfabetización y motivación	106
9. Participación en los organismos	110
Capítulo VI. Objetivos de desarrollo del milenio y comunicación.....	113
1. Objetivos de desarrollo del milenio y comunicación	115
2. Implementación de las TICs para alcanzar los objetivos del milenio.....	117
3. TICs y Cumbre Mundial de la SI.....	121
4. Contribución de las TICs a la reducción de la pobreza	123
Capítulo VII. Sobre comunicación y desarrollo. Del nuevo orden mundial de la información y de la comunicación (NOMIC) a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).....	127
1. El nuevo orden mundial de la información y de la comunicación (NOMIC).....	129
2. Del NOMIC a la CMSI	133
3. El olvido del NOMIC.....	134
4. Sociedad civil y Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información	138
5. Declaración de Principios y Plan de Acción.....	141
6. Financiación	143
7. El Programa de Acciones de Túnez.....	146
8. La gobernación de Internet.....	147
9. Modelos teóricos de gobernación	150

Capítulo VIII. Comunicación, participación y desarrollo	157
1. Comunicación, participación y desarrollo.....	159
2. Diseño de estrategias de comunicación.....	163
3. Participación y difusión.....	165
4. Acciones de comunicación para el desarrollo.....	170
5. Tipos de intervención de comunicación y desarrollo.....	174
Capítulo IX. Estrategias de comunicación para el desarrollo	179
1. Estrategias de comunicación. Aspectos de planificación.....	181
2. Acciones en la estrategia participativa de comunicación.....	184
3. Ventajas e inconvenientes de los diferentes medios de comunicación.....	187
3.1. Comunicación interpersonal y medios tradicionales.....	193
3.2. Medios escritos.....	195
3.3. Medios audiovisuales.....	196
3.4. Internet.....	200
Propuestas y líneas de actuación con relación a las TICs	205
A modo de conclusión	213
Bibliografía	219

Presentación



Colección Cultura y Desarrollo

La presente edición se inscribe en el proyecto editorial de la Agencia Española de Cooperación Internacional sobre Cultura y Desarrollo, fruto de la voluntad de profundizar en esta línea programática del Plan Director 2005 - 2008 de la Cooperación al Desarrollo.

El aumento de actuaciones y proyectos del sector cultural, con una voluntad de incidir en procesos de desarrollo, reclama una reflexión y conceptualización de experiencias y prácticas que nos permitan concretar la imprescindible aportación de la cultura a los Objetivos del Milenio. Estas actuaciones y posibilidades no encuentran espacios para su conocimiento y difusión, por lo cual estas publicaciones se pueden convertir en materiales de trabajo y reflexión para los actores de la cooperación al desarrollo.

A partir de la definición que dio Unesco en 1982 «La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias», intentamos ofrecer un análisis y propuestas desde diferentes disciplinas relacionadas con la cultura, así como recopilar experiencias exitosas que nos faciliten la sensibilización sobre la necesidad de la perspectiva cultural en las políticas de desarrollo.

Los contenidos y autores de esta colección son muy variados y de procedencia muy diversa con la voluntad de convertir esta colección en una plataforma de divulgación de diferentes materiales sobre la acción cultural como factor de desarrollo y lucha contra la pobreza. Sus títulos van dirigidos a las personas interesadas en este tema, a los agentes sociales que intervienen en las políticas de desarrollo y una aportación sobre la visión de este tema desde la práctica que se está realizando en España.

Esta colección se inscribe en el objetivo de divulgación de la Estrategia Sectorial Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española e invita a su difusión y participación de las personas y organizaciones que están trabajando en este ámbito de la cooperación al desarrollo.

Prólogo



Hoy día uno de los baremos utilizados para medir nuestro desarrollo, ya sea individual o colectivo, es la capacidad para estar conectados. Las tecnologías de la información, darles un uso permanente y equitativo, son herramientas imprescindibles para construir procesos de crecimiento comparables y equánimes. El incremento de las TIC ocupa el valor central que antes le correspondía al desarrollo industrial. Manuel Castells ha dejado patente que el cambio que estas han producido ha afectado de forma directa a los procesos de desarrollo.

El sector de la cultura no escapa a este proceso. De hecho, la relación entre comunicación y cultura es, para muchos teóricos, un binomio indisoluble. La construcción de los acontecimientos culturales está cada vez más vinculada a la difusión de los mismos. La circulación de la actividad cultural y sus productos influye en los procesos de creación, modificando sustantivamente los patrones de mediación cultural entre las sociedades.

Tampoco podemos olvidar que gran parte de la singularidad del mundo actual tiene que ver con la existencia de espacios virtuales de comunicación como el mundo de las redes: son los nuevos espacios de inclusión o integración; los nuevos territorios en los que el concepto geopolítica queda obsoleto ante los nuevos procesos que podríamos denominar geoculturales. Es en el interior de estos nuevos espacios donde la disyuntiva entre lo global y lo local tiene lugar con unas consecuencias hasta el momento impredecibles. Lo que parecía iba a configurar una identidad global está exacerbando los localismos identitarios, ya sean estos territoriales, religiosos o étnicos.

Estos cambios nos obligan a replantear conceptos tan básicos como el de estado-nación, tradicionalmente considerado elemento de aglutinación social. Como señala Renato Ortiz, no es que el mundo contemporáneo sea un mundo sin fronteras, sino que nos encontramos ante el surgimiento de nuevas fronteras que se redefinen y se reorganizan.

Pensar cómo afecta esto al desarrollo, o cuales son las interacciones que hemos de estudiar con detenimiento a la hora de pensar en políticas de cooperación, son algunos de los interrogantes que Bustos nos deja encima de la mesa. Con este trabajo la Cooperación española pretende encontrar nuevos mecanismos que ayuden en esta relación imprescindible, cultura-comunicación; poniéndola al servicio de unas políticas que quieren integrar e incorporar a aquellas sociedades menos favorecidas.

El debate que se abre en estas páginas pretende contribuir al necesario proceso de inclusión de los ciudadanos como actores activos en la construcción comunicativa. No como meros espectadores, papel que hasta la fecha

PRÓLOGO

parecía corresponder a gran parte de las comunidades: la propuesta es que los medios también aprendan a escuchar para poder comunicar. Dejar participar para entender la pluralidad como una realidad y no como una sucesión de tópicos que no tiene repercusión en los diálogos reales.

ALFONS MARTINELL SEMPERE

Director General de Relaciones Culturales y Científicas

Introducción



INTRODUCCIÓN

El propósito de este texto es el de describir, analizar y relacionar distintos aspectos, en el ámbito de la comunicación, de la cultura y del desarrollo.

Estos tres conceptos pueden resumirse en uno solo, que es la cultura. No existe grupo humano sin cultura ni comunicación. La cultura y la comunicación se refieren a dos formas de considerar las relaciones en el interior de un determinado grupo o comunidad. Mientras que la cultura se refiere a la estructura —componentes de la cultura más interrelaciones entre estos—, la comunicación prima el proceso, o, si se quiere, es quien dota de existencia y permite las interrelaciones.

El desarrollo, o mejor el concepto de desarrollo, es netamente cultural. Para Castoriadis, las nociones de desarrollo y de progreso son valores específicamente occidentales y están imbuídas de la ideología judeocristiana de la infinitud, por lo que el desarrollo nunca tiene final, ya que no existe una meta determinada para alcanzar. En muy pocos casos se ha intentado establecer límites al crecimiento, haciendo énfasis en el reparto y en la distribución, entre los que destacan las propuestas del Club de Roma en los setenta.

Esta filosofía del crecimiento sin límites permite entender una buena parte de la historia de las acciones relacionadas con el desarrollo, en general, y con la comunicación, en particular. Durante un cierto tiempo, el desarrollo se asoció al crecimiento económico, pero al no poder concebirse determinados límites, el propio crecimiento ocupaba el lugar central, al que todo debía supeditarse.

Hoy, afortunadamente, asistimos a un cambio de paradigma cultural de gran trascendencia, que puede ser caracterizado mediante cinco consideraciones. La primera es el reconocimiento de que el desarrollo solamente cabe definirlo y alcanzarlo en un ámbito humano (el local) y debe estar al servicio de las diferentes comunidades que intervienen.

La segunda es que al presuponer que el desarrollo es humano, sostenible y participativo, se hace referencia a la cultura. En efecto, no existe nada más humano que la cultura, ni nada más esencial que su sostenibilidad para que evolucione. En el presente texto, la sostenibilidad se define como la búsqueda del pluralismo y de la diversidad. Por ello es por lo que realmente debiera hablarse siempre de cultura en plural.

La tercera es que debe acogerse con interés el esfuerzo que se ha llevado a cabo en las dos últimas décadas para buscar índices e indicadores que permitan medir, de manera alternativa, los grados de desarrollo. En este sentido, el Índice de Desarrollo Humano constituye un punto de inflexión, porque además de significar un paso en el cambio

de paradigma, supone un salto en el conocimiento al incorporar variables no siempre fáciles de cuantificar. En la actualidad, existe un gran movimiento para establecer indicadores de la sociedad de la información, entre los que cabe destacar la contribución de Sciadas y de la Disposición o preparación reticular, que se consideran en este texto. Por supuesto, no son sino una muestra de los trabajos realizados por organismos como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la Banca Mundial y otros, afortunadamente en cooperación entre ellos.

Como cuarta consideración, cabe señalar como un hito el establecimiento de límites determinados —en el tiempo— a objetivos específicos, como lo muestra la Declaración del Milenio, los objetivos establecidos en la primera fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información para América Latina y el Caribe (eLAC). Se rompe así con el absolutismo del desarrollo por el desarrollo y se establece una planificación mejor para alcanzar los objetivos y, en su caso, establecer las causas de no haberlos llevado a cabo. Otra cuestión es cómo y por qué se especifican unos objetivos y no otros.

La quinta consideración es que en este cambio de paradigma, la cultura —en tanto que estructura— y la comunicación —en tanto que proceso que recorre la urdimbre de relaciones, símbolos, componentes materiales, comportamientos, creencias, etc.— se autonomizan, de forma que pueden constituirse en fines u objetivos de desarrollo. Así, incrementar la capacidad de comunicar, fomentar la pluralidad o la diversidad, establecer mecanismos de participación, etc., pueden ser objetivos de desarrollo.

A estas cuestiones sobre desarrollo y cultura se dedican los dos primeros capítulos del libro. Los capítulos tercero, cuarto, quinto y sexto se dedican a las cuestiones tecnológicas que caracterizan a la sociedad de la información, a la vez que se aborda la «brecha digital» y la Declaración del Milenio.

Las tecnologías de la información, ocupan, muchas veces, el lugar central que antes le correspondía al crecimiento económico. No resulta fácil establecer las relaciones entre tecnología, economía y sociedad y, por tanto, con la cultura y la comunicación. Basta recordar que Giddens, Touraine, Castells¹, Miége o Mattelart, discrepan en ma-

1. Ver el exquisito texto de M. Castells, A. Giddens y A. Touraine, *Teorías para una nueva sociedad*, Cuadernos de la Fundación Botín, Madrid, 2002.

yor medida de la que coinciden. Cada uno de ellos utiliza un concepto —sociedad de redes, informacionalismo, sociedad de la información—, para dar cuenta de un determinado aspecto —histórico, proceso de cambio, estructura básica, etc.—. Tantos nombres para referirse a un determinado fenómeno dan cuenta de la complejidad de la sociedad de la información, y cada pensador busca analizar una parte de una teoría multidimensional, tal vez imposible de establecer en su conjunto.

Sí que existe cierta unanimidad a la hora de establecer cuáles son las transformaciones en la base de las denominadas tecnologías de la información y de la comunicación —digitalización, compresión, miniaturización, reticulación, diversidad de aplicaciones y movilidad—. Estas son la base de sociedad de la información, a la que se asocia la solución automática de una buena parte de los problemas que acucian a la humanidad —incluso disminuye la contaminación porque muchas personas no se desplazan en automóviles al trabajo—. De esta forma, los países en desarrollo no tendrían sino que coger el tren de las nuevas tecnologías, que, de manera automática, los llevaría a la sociedad de la información. Claro que, de nuevo, aparece el problema de la falta de límites: ¿cuál es la estación en que debe pararse? A esta falta de límites contribuye la indefinición del propio concepto y de su uso en un tiempo indefinido: ¿Vivimos ya en la sociedad de la información?, ¿desde cuándo?, ¿es mejorable?, ¿marca el fin de la historia?

Es Miége uno de los pocos autores que analizan la transformación que sufre la propia información: el incremento de la información no producida. Con ello quiere señalar la anulación de los intermediarios clásicos entre receptor y emisor, como el periodista o el comunicador. Esto es lo que significa el crecimiento espectacular del número y de los tipos de emisores que ofrecen contenidos en Internet. Muchos otros problemas no son tan nuevos, como el tratamiento de las noticias —discontinuidad, descontextualización, espectacularización—, que, tal vez, incluso se agraven.

Por otro lado, se observa que la sociedad de la información es diferente en los distintos países, por lo que se habla de la fractura o brecha digital, definida como la desigualdad en el reparto de las tecnologías de la información y comunicación o en el acceso a las tecnologías, como por ejemplo a Internet. En este texto únicamente se dan algunos indicadores y se apunta la división de teorías sobre la existencia o no de la brecha digital. El problema no es tanto que autores como Compaine consideren que las desigualdades son algo transitorio, que han acompañado a todas las tecnologías, sino que consideren que la tecnología —por medio del mercado— es capaz de gestionar también el ámbito social, el político y el cultural, con resultados siempre satisfactorios.

Negar la existencia estructural de la brecha digital puede interpretarse como un intento de resucitar las teorías modernizadoras de los años sesenta, que asignaban a determinadas acciones o teorías éxitos automáticos: transfe-

rencia de tecnología, sustitución de importaciones, etc. En este sentido, se descubre que los objetivos de desarrollo —humano, sostenible y participativo— pueden alcanzarse de manera alternativa —menos individualizada—, desde el momento en que las tecnologías pueden ser compartidas en telecentros o cibercafés, por ejemplo.

Se han elaborado muchos estudios sobre la brecha digital. Además de la comparación entre países, algunos consideran las diferencias en el interior de los países más ricos, incluido Estados Unidos, lo cual da visibilidad a un problema, el de la exclusión, que requiere la intervención de todos los agentes de la sociedad y no solamente del mercado para su solución efectiva.

El problema es que el nombre «brecha digital» se utiliza para todo tipo de situaciones, sea en el interior de un país desarrollado, sea para comparar las diferencias entre países. Ambos son aspectos de lo mismo y, especialmente en el último caso, se requiere la ayuda y la cooperación, que podría justificarse no solamente como ejercicio de solidaridad con los países en dificultades, sino también porque las tecnologías de la información y de la comunicación son bienes públicos globales. De la misma forma que existe el «beneficio reticular» asociado a las redes —es mejor para todos participar en una red cuantos más usuarios haya—, cabe pensar que podría existir un «beneficio cognoscitivo», en la medida en que es mejor para toda la humanidad compartir el acceso a la información, porque cada parte que mejora aumenta las posibilidades de mejora para el resto.

En este sentido, resulta alentadora la multiplicación de iniciativas para equipar a los países en vías de desarrollo con tecnologías de la información y para promover el acceso y la alfanumerización.

Los países en desarrollo se enfrentan a un doble problema. Por un lado, deben decidir entre políticas que pueden moverse en direcciones diferentes, y por otro, deben decidir entre políticas de las que no se conoce el grado de sustitución entre ellas. En el primer caso, una política de infraestructuras o de acceso a las redes puede suponer la exclusión de cierto número de personas o grupos, al menos en una primera etapa, ya que son los grupos más privilegiados quienes primero acceden a las infraestructuras. Por otro lado, los recursos que se destinan a las tecnologías de la información no se destinan a solucionar problemas, tal vez más acuciantes, como la mejora de la agricultura.

En esta asignación de recursos resulta fundamental la participación de la sociedad civil, que no se identifica con el Estado, ni con el Gobierno, ni siquiera con la negación de estos. La sociedad civil actúa en lo local y en lo global —como en el caso de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información—, porque así son los temas que le afectan: desde la solución de un problema local de conducción de agua hasta la sostenibilidad del planeta, que es un asunto global.

La coexistencia de lo local y lo global concede un carácter central al individuo y al grupo. Podría decirse que también en el ámbito de lo social se asiste a una nueva coexistencia entre lo individual y lo grupal. Esto es lo que parece sugerir Touraine cuando caracteriza el proceso de individuación como el paso de una perspectiva centrada en la sociedad a una perspectiva subjetiva de la sociedad. Esto mismo puede ser descrito como la centralidad de lo social y de lo humano. La sociedad civil deja de ser considerada marginal, para ser equiparada, al menos en teoría, con los gobiernos y con el sector privado.

Dado que la tecnología tiene un carácter cada vez más político, resulta difícil analizar los cambios y las políticas tecnológicas en abstracto. Incorporar el aspecto político puede hacerse a la manera de Habermas, quien busca, por medio de la ciencia, el objetivo de mejora que debe caracterizar toda acción humana.

El capítulo séptimo se dedica al estudio del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NO-MIC) y de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).

En el ámbito de la comunicación ha habido un cambio fundamental representado por dos movimientos concretos. Durante la década de los setenta se constata una brecha comunicativa, descrita con amplitud en el informe MacBride. Tras la diagnosis se reclama un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación. Veinticinco años después, tras un período yermo en análisis y diagnósticos, tiene lugar una Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en la que tampoco florecen los diagnósticos y en la que, tras la aprobación de algunos documentos, únicamente se establecen algunas líneas generales de acción.

Los grandes retos, especialmente los que preocupan a una sociedad civil ampliamente representada, quedaron en el olvido —todo lo relativo a buscar nuevos mecanismos de financiación para ayudar a los países en desarrollo a implementar las tecnologías de la información y de la comunicación— o permanecen de manera testimonial, como en el caso de la gobernación de Internet. En este último caso, únicamente se aprobó la constitución de un forum, que, como su propio nombre indica, es un espacio de discusión y únicamente tiene carácter consultivo.

La financiación es fundamental, como también lo es la organización de la cooperación para el desarrollo en materia de comunicación, asuntos que están muy relacionados.

Una buena parte de la ayuda que puede ofrecerse a los países en desarrollo, que complementa la financiación, es con la asesoría en la planificación, especialmente de grandes infraestructuras. En el momento de redactar estas lí-

neas, el presidente del Senegal, Abdoulaye Wade, anunciaba que la NEPAD (Nuevos Partícipes para el Plan de Desarrollo de África) no había producido ningún resultado. La NEPAD fue constituida en el 2001 por iniciativa de la Unión Africana y concebida por africanos para los africanos. Es particularmente conocida por uno de sus objetivos: el tendido de un cable submarino para unir África del Este con el resto del mundo, lo que también permitiría disfrutar de tarifas más bajas, pero el proyecto ha sido aplazado.

Tal vez el resultado más positivo de la cumbre sea la oficialización la sociedad civil. La presencia de esta en las grandes cumbres ha significado que sea vista como un partícipe necesario en la gobernación internacional, y más en concreto, en los organismos internacionales.

En este texto se consideran también los ocho objetivos que componen la denominada Declaración del Milenio y se relacionan con los mecanismos de comunicación que puedan ayudar a alcanzarlos, antes del 2015. Uno de estos instrumentos son las tecnologías de la información y de la comunicación. Curiosamente, a pesar de la centralidad de las tecnologías, estas aparecen vagamente referenciadas. Las tecnologías pueden ayudar a la consecución de los objetivos, como la escolarización primaria universal, la formación de maestros que pueda hacer esto posible, la reducción de diferencias de género, etc. Y, de manera general, puede reducir la pobreza, porque uno de los factores que constituyen este concepto multidimensional es la carencia de información. Acceder a la información significa acceder a prácticas saludables en relación con la salud, la cría de ganado, la mejora de cosechas, etc. Esta relación entre tecnologías de la información y reducción de la pobreza constituye una labor encomiable, a la que muchos organismos internacionales dedican atención.

En el Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información se establecieron diez objetivos para ser alcanzados en el 2015, que responden a la misma filosofía que la Declaración del Milenio. En este caso, los objetivos están fundamentalmente relacionados con la conexión o con el acceso, de forma que únicamente uno de ellos hace referencia al desarrollo de contenidos y otro a la adaptación de programa de estudios en primaria y en secundaria. Esto significa que fundamentalmente se asocia información con tecnologías, por lo que la creación y distribución de información y de conocimientos queda en un lugar secundario o marginal.

En este sentido, cabe citar la cuestión de los derechos de propiedad intelectual, entre los que están los derechos de autor. Estos, más que la creatividad, protegen al propietario de los derechos, que no siempre coincide con la autoría, por lo que existe un primer núcleo de tensión entre los autores y los propietarios de derechos que hay que resolver. Otro espacio de tensión es el que aparece en la relación entre los consumidores y los propietarios de los

derechos. Esta tensión es difícilmente resoluble porque la protección de los derechos de autor restringe el acceso a la información, especialmente a los países más pobres.

Este enfrentamiento entre el acceso y la protección, que fundamentalmente obedece a razones comerciales, no se resuelve con las tecnologías del tipo gestión de derechos digitales (DRM) porque restringen aún más el acceso a los contenidos, al imposibilitar, o al menos dificultar, incluso el copiado para uso individual. Por ello es por lo que se multiplican los movimientos a favor del «software» libre y del libre acceso a contenidos, que se compaginan con otros movimientos de antigestión de derechos numéricos.

Dichas cuestiones y su gobernabilidad debieran haber ocupado más espacio en los documentos de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Los capítulos octavo y noveno están orientados más a la praxis de la comunicación para el desarrollo: la participación y las estrategias de comunicación.

Potenciar la participación no obedece únicamente a razones ideológicas, sino también filosóficas y prácticas: filosóficas, porque la participación es la aportación que cada individuo hace a la comunidad a la que pertenece, y prácticas, porque el desarrollo humano, sostenible y participativo debe ser el objetivo presente en cualquier pensamiento o acción. Ahora bien, la participación, además de un objetivo, es un medio de alcanzar cualquier objetivo de desarrollo.

La OCDE² ha estudiado la influencia de la participación en la consecución de objetivos de desarrollo en África y América Latina: el grado de éxito aumenta cuando los interesados participan en las diferentes etapas del proyecto; dichos resultados se dan incluso una vez que el proyecto ha sido realizado (por ejemplo, en el mantenimiento). La participación se basa en que sean los ciudadanos quienes determinen sus necesidades y quienes diseñen e implementen los planes tendentes a atenderlas. Esta se opone, en esencia, a los modelos difusionistas o modernizadores de hace algunas décadas, por lo que se dedica una buena parte a analizar y comparar diferentes actuaciones en el campo de la comunicación para el desarrollo.

2. Cf. D. Millar, *La participation de la population aux systèmes d'approvisionnement d'eau en milieu rural*, OCDE, París, 1979.

Ambos modelos, el participativo y el difusionista, se oponen, pero entre ellos existen múltiples situaciones intermedias en las que se mezclan diferentes componentes de cada uno de ellos. Esto se evidencia cuando se analizan los diferentes tipos de intervención en comunicación para el desarrollo.

Una de las intervenciones típicas es la del máquetin social, definido como la utilización del máquetin para la promoción de ideas sociales. Aunque suele asociarse al modelo difusionista, muchas de las acciones de comunicación para el desarrollo tienen relación con el máquetin social, ya que en todas ellas existe un objetivo y también se utilizan diferentes instrumentos para conseguirlo. Por tanto, no cabe adscribir el máquetin social a uno u otro modelo, sino que la adscripción dependerá de cómo se establezcan las necesidades y los instrumentos de una determinada acción y quién lo haga. La participación constituye una de las dimensiones de la sociedad de la información, junto con la tecnológica y la económica, por cuanto las personas pueden acceder a la información necesaria y, en consecuencia, a los mercados de bienes y servicios y a la participación en las decisiones políticas. Sin embargo, resulta curioso que en todos los textos de planificación y cooperación para el desarrollo, la participación constituye un nuevo paradigma de intervención, mientras que en las sociedades más o menos desarrolladas, se asocia descentralización —y acceso individual a la información— con participación, de forma que se confunden, deseos o posibilidades con realidades ya materializadas.

En la planificación de objetivos y acciones en los países en desarrollo, la comunicación puede constituir un objetivo (crear o perfeccionar nuevos mecanismos de participación), pero está presente en cada una de las etapas, ya que la comunicación constituye el nexo de unión entre las fases y entre los diferentes grupos y organizaciones que intervienen en cada una de las fases.

En el texto se analizan los diferentes instrumentos de comunicación que pueden utilizarse en las acciones de desarrollo, estableciendo las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos. Quedarse únicamente con Internet sería la consecuencia de una visión miope del contexto habitual en los países en vías de desarrollo, en los que existen pocas infraestructuras, acceso y alfanumerización reducidos, etc. Por ello deben utilizarse los instrumentos que mejor se adapten al contexto a corto y medio plazo, entre los que destacan las comunicaciones interpersonales, las artes tradicionales, la radio, el vídeo y, a veces, la televisión. Para la utilización de Internet resultan fundamentales los telecentros, que permiten el uso colectivo de distintas tecnologías, entre ellas Internet.

Desde la década de los ochenta se han utilizado el vídeo y la radio de manera generalizada, con resultados positivos en áreas como la salud o en el incremento de la participación. Las nuevas tecnologías influyen en estos ins-

INTRODUCCIÓN

trumentos clásicos, que pueden recobrar su efectividad, aprovechando las ventajas que ofrecen a la hora de la creación y sobre todo de la distribución.

El texto finaliza con el esbozo de algunas líneas de intervención en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, para aprovechar mejor las ventajas de las tecnologías de la información y hacer que los países en desarrollo puedan, por medio de un mayor acceso y utilización de la información, contribuir a la creación de una nueva sociedad de la información, en la que se vayan cerrando las múltiples brechas —digital, educativa, de salud, de libertad...— que hoy separan a las naciones, e incluso a los distintos grupos en el interior de estas.

Capítulo I. Desarrollo humano, sostenible y participativo



1. DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo se ha alejado del *reduccionismo economicista*¹, por el que se ha caracterizado hasta las décadas finales del siglo xx y que podría resumirse en que el desarrollo es lineal, creciente, autosostenido a partir de un determinado momento, infinito y válido en todo tiempo y lugar.²

Esto es consecuencia de la aparición de nuevos paradigmas, como el *desarrollo sostenible*, de mediados de los ochenta, y del Indicador de Desarrollo Humano, que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) elabora anualmente desde 1990. Más reciente es la propuesta del *desarrollo local*, que, aunque ha sido formulada básicamente en su faceta económica, hace referencia implícita al resto de actividades humanas.

El *desarrollo sostenible* es aquel «desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades»³. Este concepto es anterior al de *desarrollo humano* y surge como consecuencia de las preocupaciones sobre el uso y la explotación excesivas de los recursos naturales, a la vez que supone un cambio de perspectiva radical, ya que el modelo desarrollista puro, o el crecimiento sin límites, implica la destrucción de los recursos del planeta, lo que impide la continuidad a largo plazo del crecimiento e incluso puede conducir al fin de la vida en el planeta.

La inclusión en la agenda de los políticos de problemas como la desertización, la escasez de materias primas, la contaminación del agua y del aire, el calentamiento de la tierra, el agujero de ozono, etc., es la consecuencia de la constatación (no siempre explicitada) de que nuestra manera de hacer economía es, en esencia, depredadora del entorno. Aun así, debe decirse que la solución a estos problemas no es fácil, ya que implica reducir y eliminar prácticas muy establecidas, fijar límites y ayudar a la regeneración⁴. La sostenibilidad implica grandes cambios,

1. Este término es utilizado por B. Klinksberg en *Cómo enfrentar la pobreza*, GEL, Buenos Aires, 1992. Citado en G. Hermes, *Culture et développement*, Presses de Sciences Po, París, 2000, p. 73.

2. A. Mattelart, «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», *EPTIC*, vol. VII, núm. 6, sep-dic, Brasil, 2005, p. 5.

3. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, *Nuestro futuro común*, Alianza, Madrid, 1988, en J. Gutiérrez, *Desarrollo sostenible*, *Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.

difíciles de poner en práctica porque no pueden ser gestionados únicamente por el mercado, ya que resulta difícil introducir los costes medioambientales.

Un cambio fundamental es el reconocimiento del valor de la cultura, dado que no es concebible un crecimiento económico que no tenga en cuenta los valores, las creencias, el perfil identitario y la cultura. Dicho reconocimiento presiona en contra de la visión reduccionista del desarrollo y a favor del reconocimiento de la diversidad de situaciones y de las herramientas necesarias. Dicha diversidad es el reflejo de la multiplicidad de situaciones, creencias y prácticas que caracterizan a los grupos humanos.

2. DESARROLLO HUMANO Y COMUNICACIÓN

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha popularizado el concepto de *desarrollo humano*, con lo que el acento se coloca más en lo humano que en el desarrollo. A la vez, los conceptos se enriquecen y son operativos, ya que comienza a hablarse de pobreza, o mejor de su eliminación. La pobreza es multidimensional y ya no es la penuria de elementos materiales, sino la escasez en cualquier ámbito humano de actividad, de forma que se habla de pobreza cuando no se tiene acceso a una vida saludable o a una educación digna. «La pobreza no solamente implica una penuria de los elementos necesarios para el bienestar natural, sino también un mal estado de salud o un acceso insuficiente a la educación, una existencia desprovista de acceso al conocimiento y de contactos con el mundo, la incapacidad de ejercer sus derechos humanos o políticos o la falta de la dignidad, de confianza y de respeto hacia uno mismo.»⁵

4. Una característica esencial de la manera de hacer economía occidental es la de haber llevado la moda absolutamente a todo tipo de objetos, con lo cual se crea una presión continua a cambiar de modelo, a veces sin grandes diferencias relativas. Esto implica que muchos aparatos —es muy típico de la informática— se fabriquen para tener una vida efímera, lo que implica una tremenda dilapidación de recursos. Además la retirada de uso de estos aparatos plantea problemas de reciclaje. A veces los grandes y acuciantes problemas, como la contaminación del agua, no permiten que reflexionemos sobre otros problemas también fundamentales, como la manera en que se estructuran los mercados: modas, no reparabilidad de los objetos, obsolescencia tecnológica a corto plazo, etc.

5. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 26.

La filosofía del desarrollo humano se inspira en los escritos de Sen, para quien el desarrollo es la posibilidad de ejercer todas las libertades, sin excepción. Por ello es por lo que el desarrollo debe buscar ensanchar el campo de lo posible y puede ser definido como «el proceso de ampliación de las opciones y capacidades de las personas, que se concreta en una mejora de la esperanza de vida, la salud, la educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno»⁶. En la definición se observa que es un proceso de mejora y de ensanchamiento continuo de las capacidades y de las opciones de las personas, que incluye todas las esferas y valores de la actividad humana, como la seguridad, los derechos humanos, el acceso a los recursos materiales, educativos, de identificación, de socialización y de realización.

En la definición de *desarrollo humano*, lo económico no está explícito, pero sí implícito, ya que constituye una de las actividades fundamentales para su consecución. Pone también el acento en la cantidad, pero sobre todo en la calidad, que es lo que caracteriza a los elementos citados en la definición (salud, educación, etc.).

Hamelink considera que las características del *desarrollo humano* son las siguientes:

- «• La **equidad** en el acceso a los recursos y posibilidades esenciales.
- La **sostenibilidad** de los recursos y de las instituciones.
- La **adquisición** y la difusión del saber para la responsabilización del ser humano.
- La **participación**»⁷.

Cabe considerar que existe un nuevo concepto de riqueza más integral que es de naturaleza fundamentalmente cualitativa. Lejos de asociarlo con economía, finanzas, moneda, crecimiento, se lo asocia con riqueza cultural, multiculturalidad, felicidad, libertad, etc.

Las implicaciones de este cambio de paradigma son enormes. En primer lugar, el *desarrollo humano* no puede ser concebido sin que sea sostenible, participativo, equitativo y en el que los conocimientos se difundan. Todas estas categorías forman parte esencial de lo humano. No son actividades que puedan darse separadas, de forma

6. Cf. Alfonso Dubois, «Desarrollo Humano», en *Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.

7. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 26.

que cuando se habla de desarrollo debe presuponerse que es humano, y que por tanto cumple con estas características, además de la sostenibilidad.

En segundo lugar, significa el triunfo sobre la visión parcial del ser humano que se ajustaba a la esfera técnica o económica, de forma que los indicadores económicos deben relacionarse con otros indicadores que recojan actividades más cualitativas, como salud, educación, etc.

En tercer lugar, y como consecuencia de lo anterior, todos los aspectos del desarrollo pueden ser considerados como objetivos. Por ello, el desarrollo de medios e instrumentos de comunicación, la consecución de la paz, el ejercicio de la democracia, la promoción de la libertad de expresión, la defensa del pluralismo y de la diversidad, constituyen objetivos del mismo nivel que el desarrollo de infraestructuras o las ayudas a las pequeñas y medianas empresas.

El cuarto elemento constitutivo de este nuevo paradigma es la participación, que puede ser considerada como un fin en sí mismo a la vez que un medio para alcanzar otros objetivos.

En quinto lugar, la misma definición de desarrollo entra en crisis, porque ya no existe una única definición. Al contrario, se multiplican las definiciones de desarrollo al adjetivarlas. Se habla de *desarrollo humano*, de *desarrollo sostenible*, de *desarrollo local*, de forma que cada una de estas definiciones coloca el acento en una de las dimensiones del desarrollo, por lo que cualquier definición de desarrollo debiera incluir, implícitamente, a todas ellas.

Los informes del desarrollo humano han servido para elaborar un índice⁸ que mida las capacidades de las personas y de las libertades de que disfrutan.

8. El Índice de Desarrollo Humano tiene cuatro componentes (la esperanza de vida, la tasa de alfabetización adulta, la tasa de matriculación en primaria, secundaria y universitaria y la renta real. Este índice se complementa con otros que consideran el género (índice de desarrollo relacionado con el género), la pobreza en los países en desarrollo y la pobreza en algunos países de la OCDE. Cf. <http://hdr.unp.org/reports/global/2003>. En especial la nota técnica.

A pesar de las apariencias, no existe correlación perfecta entre los indicadores de renta per cápita y el Índice de Desarrollo Humano, dándose incluso algunas diferencias importantes en el caso de algunos países. Hay países con un alto nivel de renta per cápita, pero que están peor situados en lo que respecta al desarrollo humano. Así, en 1994, Kuwait ocupaba el sexto lugar de un total de 175 países en la escala de renta per cápita real, pero el puesto 53 en la escala del índice⁹. A la inversa, hay países que ocupan un lugar en la clasificación del Índice de Desarrollo Humano por delante de lo que el puesto en el ranking de la renta parecería sugerir.

Vistas las características del *desarrollo humano*, cabe preguntarse por el papel de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs). En primer lugar, son industrias con un peso creciente en las economías occidentales, medida en términos de porcentaje sobre el PIB. Pero a la vez, constituyen un elemento que influye en el crecimiento económico, al ser tecnologías transversales a todas las actividades, incluidos los servicios. Además, las tecnologías de la información y de la comunicación pueden facilitar el acceso al conocimiento y pueden aumentar la participación.

3. DESARROLLO LOCAL¹⁰

La consideración del aspecto local en las concepciones del desarrollo sustituye a las teorías del desarrollo endógeno. Constituye un nuevo aporte a las teorías del desarrollo. Es un concepto y un instrumento de desarrollo que parte de considerar el territorio no como un mero vector donde tienen lugar las acciones, sino como un instrumento (*milieu*) con capacidad de generar y mantener ventajas comparativas y valores diferenciales. Subraya que es en el ámbito local en donde se pueden establecer los procesos participativos para fijar unos objetivos y en donde se puede llevar a cabo la planificación y la acción.

El *desarrollo local* puede aplicarse a todos los aspectos: económico, social, cultural y político; el primer aspecto es el que está siendo considerado especialmente, que puede definirse como «un proceso *participativo* que fo-

9. K. Griffin, «Desarrollo Humano: Origen, evolución e impacto», en P. Ibarra y K. Unceta (coords.), *Ensayos sobre el Desarrollo Humano*, Icaria, Barcelona, 2001, p. 32.

10. Esta parte está inspirada en G. Canzanelli, *Overview and learned lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001.

menta y facilita la conjunción de los actores locales, permitiendo el diseño común y la implementación de estrategias, principalmente basadas en el uso competitivo de los recursos locales, con el propósito final de crear trabajos dignos y actividades económicas sostenibles»¹¹.

Filosóficamente, se basa en la observación de experiencias de los distritos italianos y busca la sostenibilidad de factores escasos como la financiación, ya que en los países en desarrollo procede de fondos públicos y privados y de ayudas a la cooperación. Se presenta el problema de que dicha financiación acaba cuando concluyen los proyectos, de forma que deben buscarse mecanismos novedosos, con el fin de que las acciones de desarrollo sean sostenibles, es decir que, finalmente, generen sus propios ingresos.

El punto de partida es que en lo local es en donde están los recursos —económicos, humanos, institucionales y culturales— que forman el potencial de *desarrollo humano* y sostenible.

La implementación de iniciativas de *desarrollo local* tiene como objetivo responder a las necesidades de creación de empleo y de inclusión y están dirigidas a las pequeñas y medianas empresas, incluido el sector informal de la economía, dado que en muchos países o zonas este sector puede ser el predominante.

Ahora bien, desde el momento en que es un proceso participativo y en el que intervienen los aspectos culturales, el desarrollo local puede ser definido como **cultura sostenible**. El proceso participativo es concebido como un proceso cooperativo de aprendizaje continuo y como un medio de aprovechar el capital social, que es «la habilidad de las personas para trabajar por un objetivo común, de manera organizada y voluntaria, sobre la base de compartir reglas y valores que permitan la subordinación de los intereses individuales a los colectivos. El capital social se basa en la confianza recíproca, en la mutua expectación de beneficios futuros, relacionados con la existencia de comportamientos cooperativos y reglas compartidas»¹².

11. G. Canzanelli, *Overview and Learned Lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001, p. 9.

12. G. Canzanelli, *Overview and Learned Lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001, p. 12.

Las propuestas de *desarrollo local* son una respuesta a la innovación que debe caracterizar toda acción humana. No solamente deben innovar las empresas sino también los actores locales, entendiendo por tales la administración, las empresas y los grupos de individuos; esta innovación afecta también a los actores nacionales, dado que a ellos les toca impulsar y coordinar las distintas acciones de *desarrollo local*, así como facilitar marcos de regulación dentro de los cuales tienen lugar las acciones.

El *desarrollo local* aparece como una compleja combinación de esquemas, políticas e iniciativas en la que se establecen cuatro niveles o dimensiones: meta, macro, meso y micro.

El nivel micro es el de las empresas concretas y el macro el de las acciones de ámbito nacional, siendo el meta el más difícil de definir porque tiene que ver con la habilidad de implementar estrategias orientadas al desarrollo y con la existencia de organizaciones sociales, políticas, culturales, sobre las que se basan la innovación y el crecimiento.

El nivel meso es en el que se sitúan las estrategias de *desarrollo local*, y es el que permite explotar las mayores potencialidades de los recursos humanos, naturales, así como del *saber hacer*, incluido el *saber hacer tradicional*. Es también donde la cooperación y la competición se transforman en innovación y en incremento de la productividad.

En este nivel es en donde se pueden conseguir las reducciones en los costes y en donde se estimula la participación de todas las personas y actores y en donde se pueden promocionar los valores necesarios para que el desarrollo sea realidad; valores que están y definen el *desarrollo humano* (ética, equidad, inclusión y seguridad).

El nivel meso supone un ámbito de actuación diferente del propuesto en acciones de desarrollo y de comunicación en décadas anteriores. Por ejemplo, las propuestas del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC), en los setenta, eran a nivel macro (políticas de comunicación). Y puede establecerse que es en los niveles micro y meso en donde se puede dar la participación de una manera más o menos natural. Es por ello que cabe identificar el desarrollo local con participación.

4. CULTURA Y DESARROLLO SOSTENIBLE, HUMANO Y PARTICIPATIVO

La nueva concepción del desarrollo, que podía denominarse de *otros desarrollos*, implica una nueva relación con la cultura y por tanto con la comunicación. Durante años, la cultura ha sido vista como un factor que paralizaba y

dificultaba el desarrollo, y no como un factor de posible apoyo al desarrollo. Indudablemente, como se asociaba cultura con barrera al desarrollo, cuestiones tales como el multiculturalismo o las diferencias culturales eran vistas como un anacronismo, como algo que había que cambiar o simplemente guardarlas como parte del folklore¹³.

En algunos casos se pasó al otro extremo. A principios de los noventa se llegó a buscar las claves del desarrollo solo en valores culturales. Así Tironi explicó que las razones del crecimiento de Japón y de los tigres asiáticos (Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Taiwán e incluso Malasia) se debía a la influencia de los valores confucianos de disciplina y respeto a la jerarquía, que se manifestaba en los valores familiares y políticos, casi inmutables e incluso con una connotación autoritaria¹⁴. Esta aproximación es simplista, porque de asumirse podría parecer que los países cristianos, o los que posean tradiciones de participación, estarían peor situados para crecer.

Son las grandes agencias de apoyo al desarrollo, y especialmente las ONGs, las que tienen el mérito de haber colocado la cultura en el lugar que le corresponde. En especial, la CEPAL, la FAO, el PNUD, la UNESCO, etc., han multiplicado los simposios y las publicaciones sobre diversos aspectos de la cultura y su relación con la diversidad.

En concreto, la UNESCO y la ONU, después de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, que tuvo lugar en México en 1982, diseñaron el Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural, que duró desde 1988 a 1997 y que ha dado lugar a publicaciones de referencia como el Informe Mundial sobre la Cultura, de 1998, el Informe Mundial sobre Comunicación, de 1995 y 1998, Nuestra Diversidad Creativa¹⁵, de 1997, etc.

13. Cf. M. Richter Malabotta, «Managing Cultural Transitions: Multiculturalism, Interculturalism and Minority Policies», en N. Svob-Dokic (ed.), *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe*, Culturelink, Institute for International Relations, Zagreb, 2005.

14. G. Hermes, *Culture et développement*, Presses de Sciences Po, París, 2000, p. 78.

15. Los tres documentos están publicados por la UNESCO, París.

Capítulo II. La sostenibilidad de la cultura



1. CULTURA Y ECOLOGÍA. ECOLOGÍA CULTURAL

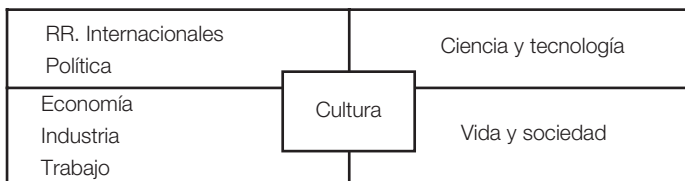
Cultura es un término con una gran carga polisémica. En un estudio desarrollado por la UNESCO, se hizo un inventario de trescientas acepciones del término cultura¹.

Endo define la cultura en sentido amplio como todo lo que resulta de las actividades humanas, de forma que engloba el conjunto de los aspectos económicos, políticos, sociales, etc. Es interesante porque se aplica al conjunto de sistemas en que puede ser clasificada la actividad humana, que él denomina *sistemas socioculturales*².

Distingue cinco sistemas:

- Relaciones internacionales y política: derechos humanos, asuntos militares, sistemas políticos, partidos políticos, leyes etc.
- Economía, industria y trabajo: comercio, precios, cuentas públicas, mercados, energía, transportes, industria de la información y de la comunicación, etc.
- Ciencia y tecnología: matemáticas, ingeniería, biotecnología, etc.
- Vida y sociedad: ecología, población, transporte, educación, medios de comunicación, salud pública, deportes, turismo, etc.
- Cultura: historia, antropología, radio, televisión, industrias culturales, folclore, ceremonias, festivales, símbolos, etc.

En esta clasificación se coloca a la cultura en el centro, para dar cuenta de que los cinco sistemas están interrelacionados, pero el cultural es el más transversal.



Fuente: N. Endo, «The relevance of International Communication for Socio-cultural Development with Special Reference to the New Methodology vis-à-vis the Application to an Engineering Approach», en *Dinamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, p. 83.

1. R. Zallo, *Economía de la comunicación y de la cultura*, Akal, Madrid, 1979, p. 11.

Según Von Bertalanffy, la naturaleza humana consta de dos mundos, uno de ellos material, en el cual cada individuo vive «como un organismo biológico, con el equipamiento físico, impulsos, instintos y limitaciones de cada especie», y un segundo más grande, en el que cada persona «crea, usa, domina, y es dominado por el universo de los símbolos»³. Esta visión permite asociar ecología y cultura, ya que la ecología se asocia al medio físico, y este está en continua interacción con el ser humano, de forma que es como si formase parte del mismo y, por tanto, de la cultura.

Por ello, R. E. Babe señala que la ecología es «el estudio del fenómeno físico y específicamente es la interacción material entre [...] varias especies» y que «al adscribir significaciones a los objetos de esas interacciones, las personas actúan sobre ellos y los afecta», por lo cual «la ecología compagina las ciencias medioambientales y la cultura humana».⁴ De la misma forma, encontramos que esa cultura, en tanto creación humana, también se refiere a las dos dimensiones en que debe situarse la cultura y que podemos llamar **material** (u objetiva) y **simbólica** (o subjetiva).

Casmir considera ambos aspectos de la cultura, al definirla como «las interpretaciones comunes —basadas en valores—, los artefactos, las formas de organización y las prácticas de un grupo de seres humanos, en relación con un entorno específico»⁵.

La dimensión **material** de la cultura es un conjunto de bienes, utensilios, prácticas e instituciones creados para hacer frente a las condiciones impuestas por el entorno físico, natural u objetivo. Esta dimensión puede ser definida desde el punto de vista de la antropología del siguiente modo: «la cultura no es sino un conjunto de res-

2. N. Endo, «The relevance of International Communication for Socio-cultural Development with Special Reference to the New Methodology vis-à-vis the Application to an Engineering Approach», en *Dinamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, pp. 77-90.

3. L. Von Bertalanffy, «A System View of Man», Westview Press, Boulder, Colorado, 1981. Citado en R. E. Babe, «Understanding the Cultural Ecology Model», en D. Cliche (Ed.), *Cultural Ecology. The Changing Dinamics of Communications*, IIC, Londres, 1997

4. R. E. Babe, Understanding the Cultural Ecology Model, en D. Cliche (Ed.), *Cultural Ecology. The Changing Dinamics of Communications*, IIC, Londres, 1997, pp. 1-2.

5. Cf. Fred. L Casmir, *Communication in Development*, Ablex Publishing, New Jersey, 1991, p. 7.

puestas ya probadas y contrastadas a incitaciones del entorno; es así el equivalente funcional del aparato instintivo»⁶.

La dimensión material de la cultura está compuesta por la tecnología, el mercado y la organización política, es decir por aquellas instituciones que le permiten al ser humano satisfacer sus necesidades o, mejor, realizarse como tal.

La dimensión **simbólica** engloba la parte espiritual y simbólica y estaría compuesta por el conjunto de normas que rige a los diferentes grupos sociales, las ideas, las creencias, las costumbres e incluso sus aspiraciones.

El aspecto material y subjetivo es el que permite entender que el patrimonio no es únicamente el conjunto de monumentos o de espacios naturales, sino también todo legado espiritual, creencias, tradiciones, etc.

Los sujetos de un mismo sistema social actúan, se comunican dentro de los sistemas de significados y por medio de ellos, y puede decirse que estos sistemas de significados tiene una función estructurante. La posesión de una cultura común confiere a los miembros de una sociedad el sentido de unidad y de pertenencia, lo que tiene una función práctica, pues permite que los individuos interactúen de manera más eficiente.

En efecto, si pensamos en un grupo en el que cada componente tuviera sistemas simbólicos totalmente diferentes (lenguas, costumbres, gestos, valores) aparecerían ineficiencias, al menos en los primeros momentos, porque la comunicación sobre aspectos concretos podría ser difícil. Pasaría algún tiempo hasta que se crease e institucionalizase un sistema de significados que permitiera al grupo funcionar de manera eficiente, en términos culturales. Este sistema permite algo tan básico como interpretar los gestos o los sentimientos sin tener que estudiar e descifrar su significado a cada momento.

La consideración conjunta de los aspectos material y simbólico constituye la ecología cultural. De esta manera podemos considerar los hechos físicos y sociales en su manifestación, su interpretación y, además, en su interacción. Cualquier disfunción en cualquier ámbito afecta al resto; así, podemos considerar que el agujero en la capa de ozono es un grave problema que pone en peligro incluso nuestra supervivencia en la Tierra, al igual que

6. E. Lamo de Espinosa y otros, *La Sociología del Conocimiento y de la Ciencia*, Alianza editorial, Madrid, 1987.

existe, o puede existir, otro agujero en lo social⁷ o en lo político. Con carácter únicamente pedagógico, incluso podríamos decir que los agujeros en lo social o en lo económico se traducen en agujeros en la capa de ozono o al revés⁸. Lo que es importante señalar es que no se puede arreglar ese u otros problemas quedándonos únicamente en la contemplación de la dimensión material.

Félix Guattari concibe una *ecosofía* basada en la articulación de tres registros ecológicos —el del medio ambiente, el de las relaciones sociales y el de la subjetividad humana—, como esferas que deben ser consideradas de manera conjunta. Participa también de una manera de pensar holística, ya que considera que el desequilibrio ecológico va acompañado de desequilibrios individuales y colectivos o viceversa⁹.

Existen muchos modelos que explícitamente recogen los aspectos simbólicos, en interacción con los materiales. El modelo conocido como *modelo de autosuficiencia rural comunitaria*, consta de tecnología, economía, recursos naturales, recursos mentales y recursos socioculturales (TERMS), y fue propuesto por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Tailandia, tras siete años de discusión con múltiples participantes. Este modelo se basa en la participación y en la autosuficiencia y relaciona los distintos elementos que componen una sociedad. Establece una tabla de doble entrada en donde se sitúan en horizontal y en vertical los cinco términos TERMS.

7. «De la misma manera que unas algas mutantes y monstruosas invaden la laguna de Venecia... otra especie de alga, que en este caso tiene que ver con la ecología social, consiste en esa libertad de proliferación que ha permitido que hombres como Donald Trump se apoderen de barrios enteros de Nueva York, de Atlantic City, etc., para “renovarlos”, aumentar los alquileres y expulsar al mismo tiempo a decenas de millares de familias pobres, la mayor parte de las cuales están condenadas a devenir *homeless*, el equivalente aquí de los peces muertos de la ecología medioambiental». Félix Guattari, *Las Tres Ecologías. Pre-Textos*, Valencia, 1990, p. 34.

8. Cf. Manila Declaration on Communication and Community, citada en H.H. Frederick, *Global Communication & International Relations*, Hancourt Brace and Co, Orlando, 1993, pp. 179.

9. Guattari caracteriza la realidad actual como CMI (capitalismo mundial integrado), que reposa sobre cuatro semióticas: la económica (instituciones financieras), jurídicas (títulos de propiedad, legislaciones), técnico-científica (investigación, estudios) y de subjetivación (arquitectura, urbanismo, equipamientos colectivos, etc.). El valor de esta aproximación es la consideración expresa de las subjetividades, que no pueden ser entendidas como algo exterior a las prácticas políticas, económicas y sociales. Cf. Félix Guattari, *Las Tres Ecologías. Pre-Textos*, Valencia, 1990, pp.7-8.

En concreto, y a título de ejemplo, en el cruce de la mente con los cinco términos, aparece la creación de conciencia científica, el incremento los recursos humanos y producir capacidad de uso de la tecnología (con relación a la tecnología), crear conciencia en calidad de vida y fomentar la capacidad de emprender (con relación a la economía), crear conciencia y saber usar y conservar los recursos (con relación a los recursos), tener capacidad de auto-desarrollo (con relación a la mente) y crear orden, disciplina y unidad y participar (con relación a la sociedad)¹⁰.

Este tipo de pensamiento nos lleva a relacionar distintas esferas. Así, si se piensa en la innovación, no debe pensarse únicamente en innovaciones tecnológicas (nuevos materiales, nuevos equipos, informatización), sino también en innovaciones de gestión (mejoras en la cualificación de los recursos humanos, en las relaciones con los proveedores, en los procesos de trabajo), innovaciones sociales (descentralización, mejoras en los mecanismos participativos, etc.) e innovaciones mentales (desarrollo de capacidades, autoorganización, etc.).

2. SOSTENIBILIDAD DE LA CULTURA Y SOSTENIBILIDAD DEL DESARROLLO

La cultura es el sistema de significación por el que el orden social se comunica, se produce y se regenera. Dicho sistema es un producto social, formado en y por medio de las actividades de las personas interactuando entre ellas dentro de un sistema y a su vez interactuando con otros sistemas. Dado que existen distintos sistemas, debemos convenir que la cultura es plural por definición. Negar el estatuto esencial de la cultura como es la pluralidad o diversidad, implica la negación de las raíces, del folclore, de los tabúes y de las identidades; ni siquiera la creciente globalización de la economía, de la sociedad y de las tecnologías de la información y de la comunicación es capaz de singularizar las culturas¹¹.

Otra cosa diferente es pensar en las relaciones entre esos sistemas, que pueden ser de todo tipo: de complementación, de enfrentamiento, de coexistencia, de dominación, de subordinación, etc.

10. J. Servaes y P. Malikhao, *Comunicación y Desarrollo Sostenible*, IX Mesa de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo, FAO, Roma, 6-9 de septiembre, 2004, pp. 21-22.

11. A. Smith, «Is there a Global Culture?», *Intermedia*, agosto-septiembre, vol. 20, núm. 4-5, Londres, 1992, pp. 11 y 12.

A partir de las reflexiones sobre cultura y ecología, cabe pensar en la sostenibilidad de la cultura y por tanto del desarrollo, ya que este también consta de los dos aspectos, material y simbólico, anteriormente considerados.

Cabe establecer que el desarrollo sostenible tiene cuatro dimensiones¹², las cuales están totalmente relacionadas con la cultura:

— Dimensión **simbólica**. Son las ideas que guían las relaciones de las personas con la naturaleza, el mundo, etc. Cabe destacar que en muchas culturas africanas, la India, China, etc., el ser humano no se distingue de la naturaleza, que se encuentra totalmente integrada en sus tradiciones, de forma que los animales, el agua o determinados espacios se asocian con la divinidad, lo cual tiene como consecuencia que su relación con el entorno va a ser de profundo respeto¹³.

Esta relación con el entorno es una relación profunda y sabia, fruto de la experiencia. Por ejemplo, muchas personas interpretaban como caótico el modo en que los indígenas peruanos organizaban sus cultivos. Los indígenas explicaban su práctica como imitación de lo que ellos veían en la jungla: coexistencia de distintas plantas de distinto tamaño, forma, etc. Con posterioridad se vio que la mejor manera de regenerar tierras degradadas de la jungla era por medio de círculos concéntricos de plantas de ciclos diversos y de diferente crecimiento, que era una manera de interpretar lo que, en esencia, hacían los indígenas¹⁴.

— Dimensión **social**. Es el modo de vida y la ética de las comunidades: lo que consumimos, cómo lo hacemos, cómo lo adquirimos y lo reciclamos, etc. También cómo nos relacionamos. En esta dimensión, es fundamental el papel de la educación.

12. Cf. G. Xian, «Culture and Development: A Sustainable World in the Twenty First Century», en *Culture and Development vs Cultural Development*, IMO, número especial, Zagreb, 2000, pp. 173-176.

13. Cf. B. Saraswati, «Intercultural Communication», en B. Cvjeticanin, *Dynamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, pp. 133-142.

14. La relación con el entorno es una característica de las sociedades tradicionales. Puede ser resumida en la frase pronunciada por un jefe indio: «la tierra no nos pertenece, sino que nosotros pertenecemos a ella». Ch. D. Kleymeyer, «Cultural Diversity, Sustainable Development, Traditional Stewards, and Community-Based Conservation», en *Culturelink, Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, Culturelink, IMO, Zagreb, 2003, pp. 155 y 157.

— Dimensión **política**. Es el modo en que se implementan políticas que garanticen la sostenibilidad, la forma en que se compagine el largo plazo con el corto plazo, la territorialización de las acciones, etc. La sostenibilidad de las políticas se refiere a que los proyectos sean realizables (que se tenga en cuenta el número y la cantidad de recursos humanos, financieros y tecnológicos) y que sean útiles e institucionalizables. Para que sea sostenible a largo plazo, deben institucionalizarse prácticas, símbolos, normas, valores, etc., que son los componentes de la dimensión simbólica de la cultura¹⁵.

— Dimensión de la **cooperación**. Esta dimensión no puede tener éxito sin la cooperación internacional y global. El desarrollo sostenible se basa en la interrelación entre todos los elementos naturales y humanos, por lo que no es realizable únicamente en una determinada zona geográfica o en un único ámbito de actividad.

La sostenibilidad del desarrollo implica la sostenibilidad cultural. Si se piensa por ejemplo en energía, resulta fundamental crear y usar nuevas formas de energía, como la solar o el hidrógeno, que conserven mejor los recursos actuales y que no dañen el medio ambiente; sin embargo, esta creación no puede darse sin un cambio en el modo de vida de las personas, por lo que se requiere un cambio cultural. No puede haber sostenibilidad de desarrollo sin sostenibilidad cultural.

La sostenibilidad cultural requiere considerar el desarrollo como parte de la cultura y necesita el desarrollo cultural. La concepción actual del desarrollo es cultural, y es producto de una determinada relación con la naturaleza y con el medio ambiente. Cambiar esta percepción implica desarrollar nuevos valores estéticos, intelectuales y éticos, que son los que conseguirán institucionalizar el nuevo concepto de desarrollo. Dicho cambio solo se puede dar mediante una política cultural y comunicativa específicamente dirigida a ese fin.

Una medida de sostenibilidad cultural es proponer nuevos significados y nuevas medidas de riqueza¹⁶. En esta definición podría considerarse más la comunidad, el grupo o la sociedad que los individuos separados. Por su-

15. Cf. *Sustainability and the Future of eDevelopment*, en *eDevelopment Briefing*, núm. 10, Universidad de Manchester, noviembre de 2005. Disponible en <http://www.manchester.ac.uk/idpm/dig/briefings.htm>.

16. P. Schafer, «Diversity and Sustainable Development. Contemporary Concerns or Permanent Realities?», en *Culturelink, Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, *Culturelink*, Zagreb, 2003, p. 17. En este interesante artículo,

puesto que la comparación de los indicadores cualitativos y cuantitativos entre diferentes comunidades serviría para establecer pautas de cambio, mediante políticas culturales y comunicativas.

La sostenibilidad requiere la práctica de la diversidad y del pluralismo. *Diversidad* y *pluralismo* son términos mejorables. No cabe hablar de su preservación, sino de su incremento efectivo, lo que no se consigue considerando únicamente la oferta, sino que debe ser medido teniendo en cuenta la demanda. No cabe considerar el número de sitios web o de programas de televisión disponibles, en general, sino que deben relacionarse con el porcentaje de la población que tiene acceso y consume determinados contenidos. Cabe considerar las razones por las que no se consumen determinados programas o sitios web y preguntarse si únicamente deben existir aquellas programaciones, contenidos o prácticas, sancionadas por el mercado, es decir que son rentables en términos estrictos de costes e ingresos.

Para hacer efectiva la diversidad y el pluralismo, y perseguir la sostenibilidad cultural resulta prioritario buscar el acceso efectivo a la cultura y a la comunicación. Este acceso permite a los miembros de una comunidad ser partícipes de los símbolos y de los valores identitarios, y es el mecanismo que permite aceptar las diferencias.

Dicho acceso implica que las instituciones públicas diseñen e implementen políticas de oferta (para preservar determinadas actividades, como lenguas, producción teatral, cinematográfica, etc.), de demanda (para promover el acceso a dichas actividades) y de innovación (mediante la promoción de la creación en todos los ámbitos, la educación en la alteridad, la coexistencia, la paz, el diálogo, etc.).

La sostenibilidad de la cultura tiene un componente fundamental, el capital humano, que en esencia es el resultado de un entorno cultural determinado. El capital humano o capital social tiene relación con el grado de integración de los individuos y con el tipo de relaciones que mantienen entre sí y dentro de un grupo (cuidado de los mayores, grado de confianza en sí mismo y en los demás miembros de la sociedad, el asociacionismo, etc.). Es un

Shafer propone indicadores concretos, como ratios de estudiantes por profesor, indicadores recreativos -disponibilidad y uso de parques-, cantidad y calidad de la oferta de ofertas artísticas, acontecimientos, estabilidad política, diversidad de religiones. Cabe considerar que debería profundizarse en los indicadores de diversidad (de lenguas, de opciones políticas, de medios de comunicación, etc). Es decir en todo lo que haga referencia a la diversidad y al pluralismo.

campo de reciente desarrollo que puede arrojar luz sobre su influencia en el crecimiento, en la innovación, etc. En este sentido, la desigualdad de acceso a la cultura y la desigualdad económica hacen disminuir el capital social, ya que disminuye la confianza que se tiene en las otras personas¹⁷.

Existen muchos valores que son imprescindibles para que el capital social (o cultural) pueda desarrollarse: solidaridad, altruismo, respeto y tolerancia, valores que pueden y deben fomentarse mediante la participación.

Cuando se habla de capital social (que, en cierto modo, podría denominarse también capital cultural) deben incluirse también los códigos éticos y la capacidad de emprender de las personas que construyen empresas o las dirigen. Estos valores de los individuos, en sus múltiples facetas (trabajador, ciudadano, empresario) se transmiten por medio de la cultura, por lo que la educación y la comunicación se convierten en los mecanismos fundamentales.

Hay que poner particular énfasis en las minorías, a las que deben reconocerse sus tradiciones y costumbres, sus prácticas, sus lenguas y su patrimonio, protegiéndolos y revitalizándolos. Resulta curioso que se acepte universalmente la necesidad de proteger y preservar el patrimonio histórico monumental o la biodiversidad, pero que no exista el mismo consenso sobre las lenguas muy minorizadas.

3. LAS HIPÓTESIS DE CANCLINI

García Canclini propone tres hipótesis sobre las relaciones entre cultura y desarrollo:

A. El desarrollo más productivo de la cultura es aquel que privilegia la comunicación y el intercambio y que valora y potencia las diferencias. De esto se han dado cuenta los grupos de comunicación que tienden a ofrecer productos según mercados segmentados, a veces tanto, que se puede llegar a ofertar productos casi individualizados por medio de las redes de Internet, como el vídeo bajo demanda.

17. B. Kliksberg, *Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo*, Intal Divulgación, Documento de divulgación, núm. 7. Banco Interamericano de Desarrollo-INTAL (Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe), Buenos Aires, 2000, p. 12.

Hoy por hoy, el mayor riesgo no es tanto la uniformización de contenidos producidos como la de los difundidos, en el caso de que únicamente se difundan las *diferencias comercializables*. Existe cine realizado en Sudamérica, en África, etc., pero la inmensa mayoría de las películas que se proyectan en las salas son norteamericanas¹⁸. En el resto de las industrias, como en la discográfica, las diferencias se editan en función de las inversiones efectuadas y de las remuneraciones esperadas, y no en función de dar a conocer la alteridad.

B. La **cultura sostenible** es aquella que busca promover la diversidad, de cara a hacerla disponible de manera dinámica para las generaciones futuras. De manera dinámica, porque no implica traspasar intactos instrumentos, leyendas, lenguas y costumbres, sino instrumentos, lenguas y costumbres que han evolucionado en un marco de diálogo cultural intranacional e internacional. Esto resulta difícil en un mundo en el que prima el *star system* y en el que únicamente un pequeño porcentaje de autores de libros, de intérpretes y compositores de música, de guionistas, etc., concentra la mayor parte de los ingresos remunerados destinados a la autoría.

Puede señalarse que los Estados promulgan leyes de ayuda y de fomento a estas actividades, pero resultan insuficientes con relación a los retos que se plantean. Además, las ayudas se concentran en unas pocas actividades, como el cine y el teatro, mientras que se dejan a la iniciativa privada las actividades rentables, como la edición musical, bibliográfica, la prensa diaria, la radio y la televisión, aunque afortunadamente continúan existiendo las radiotelevisiónes públicas.

Es la sostenibilidad cultural la que permite justificar las políticas de comunicación y culturales dirigidas a fomentar todos los estadios de la producción cultural, por lo que deben idearse mecanismos para impulsarla. Es necesario porque el mercado no puede asegurar por sí solo la diversidad cultural y menos aún en la era de la globalización¹⁹.

Ahora bien, no solo debe fomentarse la oferta de contenidos, sino que también debe desarrollarse la demanda, mediante el fomento de la innovación, el espíritu crítico y el diálogo intercultural.

18. El porcentaje de entradas correspondientes a las películas norteamericanas en muchos países puede ser superior al 80 %.

19. Coalition pour la diversité culturelle, *Les politiques culturelles ne doivent pas être soumises aux contraintes des accords de commerce international*, septiembre de 2001, Quebec, p. 12.

C. La tercera hipótesis es que **el mercado no es capaz por sí solo de gestionar la sostenibilidad cultural**. Canclini aporta el dato de que algunos ejemplos de liberalización, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre México, Canadá y Estados Unidos, no han conseguido incrementar la producción cultural y por tanto no han fomentado la diversidad, sino que incluso la han disminuido. En México, mientras que en los diez años anteriores se habían producido 747 películas, en la década posterior a 1994 únicamente se produjeron 212 películas²⁰.

La sostenibilidad debe abordarse de manera internacional. Haciendo efectivas declaraciones como las de diversidad cultural, pero también incluyendo en las agendas de discusión en el seno de la OMC la diversidad y la multiculturalidad como objetivos. También debe estudiarse cómo deben evolucionar los derechos de autor y su gestión, y por supuesto utilizando los instrumentos fundamentales que son los que constituyen y legitiman la radio y TV públicas.

4. CULTURA DEL DESARROLLO Y DESARROLLO DE LA CULTURA

Se tiende a considerar que ambos conceptos son relativamente intercambiables, aunque en todo caso son complementarios. Cuando se relacionan cultura y desarrollo se busca eliminar la pobreza, potenciar los derechos humanos, mejorar la salud, la educación..., pero pueden distinguirse dos tipos de relaciones, dependiendo de cuál de los dos términos actúe como nombre y cuál como adjetivo. Lo mismo puede decirse de la comunicación y la cultura.

Cultura para el desarrollo se refiere al papel que pueden desempeñar la cultura y los procesos culturales para alcanzar los objetivos del desarrollo. Supone que el objetivo es el desarrollo y que la cultura contribuye a alcanzar los objetivos del desarrollo.

De manera similar, la comunicación para el desarrollo se define como la contribución de la primera al segundo, entendiendo la comunicación como la parte dinámica de la cultura, ya que es por medio de ella como la cultura evoluciona y se desarrolla. La comunicación se suele identificar con los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) pero incluye elementos tan fundamentales como la comunicación interpersonal y la comunicación por medio de elementos e instituciones culturales como el teatro, la danza, la música, etc.

20. Cf. N. García Canclini, *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, Conferencia para el seminario sobre cultura y desarrollo, en el Banco Iberoamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005, p.9.

Diferencia entre cultura para el desarrollo y desarrollo de la cultura

	Cultura para el desarrollo	Desarrollo de la cultura
Objetivo	—Crecimiento económico —Cambio social	—Cambio cultural (participación) —Crecimiento de la industria de la comunicación y de la cultura —Fomento del pluralismo y de la diversidad
Público objetivo	—Comunidades —Jóvenes/niños/minorías/desfavorecidos	Audiencias/visitantes /consumidores/compradores/comunidades/
Aspectos del desarrollo	—Influencia de las formas tradicionales y culturales —Uso de los medios de comunicación y marketing cultural para el desarrollo	—Promoción del crecimiento cultural como un aspecto del desarrollo —Preservación y apoyo del desarrollo del patrimonio e infraestructuras culturales
Aspectos de la cultura	—Crecimiento personal y comunitario, educación, habilitación. —Utilización de actividades culturales como mecanismos no formales de educación, comunicación y participación para la consecución del desarrollo	—Satisfacción de las necesidades estéticas y culturales
Participantes	ONGs públicas y civiles comprometidas con el cambio	ONGs públicas y civiles comprometidas con la cultura, empleo, patrimonio, artes de caballete, industrias culturales, turismo, ocio, etc.
Instrumentos	—Políticas económicas —Teatro, danza, música, marionetas, cuentacuentos, radio, televisión, video libro, cine, artesanía	—Políticas culturales, políticas de comunicación, políticas económicas, derechos de propiedad intelectual —Mercados culturales, sector privado —Políticas de desarrollo —Instrumentos de los derechos humanos —Gobernación —Teatro, danza, música, marionetas, cuentacuentos, radio, televisión, video libro, cine, artesanía

Fuente: Adaptación de K. Epskamp y otros, «Introduction. Outlining the Debate», en *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, número especial, 2000, Zagreb, 2000, p. 8.

Esta concepción de la cultura al servicio del desarrollo, en su forma más pura, es la que se ha sustentado por medio de las teorías de la modernización y del difusionismo. Estas se fundamentaban en que el desarrollo podía ser estudiado mediante una serie de etapas, que de manera lineal debían recorrer todas las sociedades (economías), de forma que el papel de la cultura era el de promover estos cambios para llegar a alcanzar la sociedad-economía moderna. Más específicamente, se trataba de que la cultura, por medio de la comunicación, debía colaborar en esa superación de etapas, especialmente mediante la eliminación de las trabas de carácter cultural.

La visión más radical de la cultura al servicio del desarrollo es el análisis de Rostow. En este, la cultura es negada, porque se trata de sustituir valores culturales existentes por otros que, teóricamente, van a permitir el desarrollo.

Según Rostow se pasa de una sociedad tradicional a una etapa de consumo de masas. Esta transición debía efectuarse desde una sociedad tradicional, caracterizada por una escasa innovación tecnológica, que suponía una baja productividad y que se identificaba con una sociedad estática, como consecuencia del tradicionalismo propio de estas sociedades. Por tanto, esta etapa debe ser superada, mediante la adopción de métodos y de prácticas avanzadas de producción, traídas de los países que ya han alcanzado la última etapa de desarrollo.

Esta adopción de métodos es la que permite pasar a una tercera etapa, de despegue de aquellos sectores en donde se han aplicado los métodos y técnicas modernas de producción; sectores que generalmente se identificaban con industrias como la ferroviaria, la textil, etc. El siguiente estadio era el camino hacia la madurez, en donde la productividad ya se aplica a todo tipo de actividades y que inauguraba la etapa del consumo de masas, que se identificaba con el Estado del bienestar y con el modo de regulación fordista. En este pensamiento rostowiano, la última etapa puede interpretarse como el fin de la historia del desarrollo.

El pensamiento de Rostow es a la economía lo que la escuela funcionalista, representada por Lerner y Schramm, es a la comunicación, que asigna a la cultura y principalmente a los medios de comunicación el papel de modernizadores²¹. Los medios influían en el cambio social que debía acontecer para llegar al desarrollo, es decir, en romper con lo tradicional e introducir el pensamiento moderno. Lo moderno, como contrario a lo tradicional, se

21. Sobre este particular pueden consultarse las obras de los fundadores: D. Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, Glencoe, Illinois, 1958; W. Schramm, *Mass Media and National Development: the Role of*

asociaba a la urbanización, a la alfabetización e incluso a la interiorización de nuevas formas de conducta que produjeran los cambios en las instituciones y por tanto sostuvieran el proceso modernizador. La modernidad se identificaba con «la gente va a la escuela, lee prensa, recibe remuneración pecuniaria por su trabajo, compra bienes, vota y puede opinar sobre una variedad de temas»²².

En este pensamiento se busca el desarrollo de la industria de la comunicación, si bien siempre al servicio de lo *moderno*.

En su forma más extrema significa posponer lo social, lo cultural y lo ecológico para después del crecimiento. Se le asigna al crecimiento el hacer crecer el pastel, para después discutir sobre cómo distribuirlo.

Esto es lo que pensaba Kyong-Dong, en Corea, tras el golpe militar de Park Chung-Hee. En primer lugar, para buscar legitimidad estableció como prioridad mejorar las condiciones de vida de los coreanos; como se consiguió el crecimiento, muchos intelectuales lo apoyaron y consideraban que la democracia podía esperar. Incluso, cuando se reclamaba mejor reparto del crecimiento, el primer ministro declaraba en la prensa que aún necesitaban crecer más antes de proceder al reparto equitativo de sus frutos²³.

Afortunadamente, esta concepción de la cultura al servicio del desarrollo dio paso a una nueva, que es precisamente la inversa. Klitgaard²⁴ analiza las relaciones entre economía y cultura y concluye que la cultura afecta a la

Information in the Developing Countries, Stanford University Press, Stanford, 1964; D. Lerner y W. Schramm (eds.), *Communication and Change in the Developing Countries*, The University Press of Hawaii, Hawaii, 1967, y E. M. Rogers (Ed.), *Communication and Development: Critical Perspectives*, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1976.

22. Cf. H. Mowlana y L. Wilson, *Comunicación, tecnología y desarrollo*, Unesco, París, 1994, p. 8. Citado en J. J. Cortés Carrasco, *Modelos de comunicación y paradigmas del desarrollo*. Trabajo de investigación, para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados, Universidad del País Vasco-Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, 2005.

23. K. Kyong-Dong, «The Culture of Development and the Idea of “Cultured Development”», en M. Lee y otros (eds.), *Culture & Development in a New Era and in a transforming World*, The Institute for Far Eastern Studies y Unesco, Kyungnam University, 1994, p. 8 y ss.

24. R. Klitgaard, «In Search of Culture», En *Culturelink*, núm. 6, Zagreb, 1992, pp. 59-64.

función de producción de bienes y servicios (podemos agregar valores), es un argumento en la propia función de producción y es una variable dependiente, también afectada por las políticas culturales y de comunicación.

Tradicionalmente, esta función de producción se representaba de la manera siguiente: $y = f(\text{factores productivos, organización, regulación, innovación, cultura})$, siendo y la producción de un bien o un servicio que es función de varios factores, entre los cuales se encuentra la cultura, que se considera variable independiente. Klitgaard ve que, además, la cultura determina la propia función (f) y que, a su vez, la cultura puede ser afectada por el resto de las variables. Esta retroalimentación compleja es la que hace pensar en la omnipresencia de la cultura.

El *desarrollo cultural* busca desarrollar la cultura, y la mejor manera de hacerlo es la política cultural, por medio de distintos objetivos, en general complementarios. Pueden ser políticas de oferta o de demanda. Las primeras buscan crear o incrementar las industrias culturales (cine, vídeo, TV), las preindustrias (teatro, danza), el patrimonio o el turismo y la formación de actores. Las políticas de demanda persiguen la motivación y la formación necesaria para poder disfrutar, e incluso crear, aunque sea de manera *amateur*, con el convencimiento de que solo la diversidad de expresiones artísticas y culturales pueden reflejar la riqueza y variedad de las experiencias humanas²⁵.

Esta concepción de cultura, como sinónimo de diversidad, comienza en la conferencia de Bogotá de 1978 (Americacult, conferencia intergubernamental sobre políticas culturales en América Latina y el Caribe) y la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de México en 1982, que se pueden considerar el inicio de una noción de política cultural suficientemente extensa para incluir diferentes campos relacionados con la cultura como la preservación, la creación, la diseminación y la administración de la cultura.²⁶

Entra en la fase de madurez en los noventa, con los Foros Interagencias sobre Cultura y Desarrollo bajo el mecenazgo de la UNESCO, de 1991, en París, y de 1993, en Corea, y con la Conferencia sobre Políticas Culturales pa-

25. Primer Encuentro Internacional de Asociaciones Profesionales del Ámbito de la Cultura, 10-13 septiembre de 2001, Declaración final.

26. K. Epskamp y otros, «Introduction. Outlining the Debate», en *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, número especial, 2000, Zagreb, 2000, p. 4.

ra el Desarrollo, de Estocolmo, en 1998, lugar donde se crea la Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Previamente la UNESCO había publicado el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo sobre Nuestra Diversidad Creativa. Con ellas se enfatiza la identidad cultural como derecho, y para ejercer dicho derecho se justifican las políticas culturales²⁷.

En la Conferencia de Estocolmo, se aprobó el Plan de Acción sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, que muestra esta aproximación del desarrollo de la cultura. Así, en el cuarto objetivo, que es el de promover la diversidad lingüística y cultural, se encomienda a los medios de comunicación y a las TICs que contribuyan al desarrollo cultural, mediante «la promoción de las lenguas y culturas locales, regionales y locales, exploración y preservación del patrimonio nacional y la promoción de la diversidad de las tradiciones culturales e indígenas así como de las identidades culturales nacionales, a la vez que se garantiza la independencia editorial de los medios públicos».²⁸

En este texto básico y ejemplar se busca también promover el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los nuevos servicios de información y de comunicación, así como el acceso a estos, ya que estas tecnologías y servicios pueden contribuir al trabajo creativo, elemento fundamental en la construcción de la denominada sociedad de la información.

El desarrollo cultural es visible cuando se habla de desarrollar las industrias culturales. En la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, de la UNESCO, se señala como objetivo «ayudar a la emergencia o consolidación de las industrias culturales en los países en vías de desarrollo y en los países en transición, cooperando en el desarrollo de las infraestructuras y de las habilidades necesarias, potenciando los mercados que puedan ser viables, a nivel local y facilitando el acceso a los productos culturales de estos países al mercado global y a las redes de distribución internacionales»²⁹.

27. Cf. E. R. Harvey, «Cultural Rights, Cultural Policy, Cultural Diversity and constitutional Law in Latin American Countries», en *Cultural Diversity and Sustainable Development*, IMO, Culturelink, número especial 2002-2003, Zagreb, 2003, p. 59-71.

28. Cf. *UNESCO's Basic Texts on the Information Society*, UNESCO, París, 2003, p. 34.

29. Cf. *UNESCO's Basic texts on the Information Society*, UNESCO, París, 2003, p. 38.

Las industrias culturales cumplen el papel de generación de mercados³⁰, a la vez que sirven de transmisores de símbolos, necesarios para la formación de las identidades y del desarrollo de prácticas sociales y culturales que puedan hacer realidad los fines culturales (preservación y difusión del patrimonio, fomento de la creación, producción y difusión de contenidos culturales). La retroalimentación entre desarrollo de infraestructuras e industrias culturales está implícita, ya que la disponibilidad de infraestructuras y el acceso permite el desarrollo de industrias culturales electrónicas en línea.

30. La cultura tiene un peso creciente en las economías, especialmente en los EE. UU. en donde la industria audiovisual constituye la primera actividad exportadora. En la mayoría de países supone entre el 4 y el 7 % del PNB. Cf. N. García Canclini, *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, conferencia en el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, Banco Iberoamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.

Capítulo III. Las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs)



1. TICS Y CAMBIOS

Los cambios asociados a las nuevas tecnologías proceden de cinco mutaciones fundamentales:

1. La *digitalización* de los datos, imágenes y sonidos.
2. La compresión digital que facilita el almacenamiento de los datos digitalizados y sobre todo su transmisión a mayor velocidad y el incremento constante de las capacidades o de las velocidades de procesamiento de los diferentes aparatos electrónicos: ordenadores, televisores, etc.
3. La *miniaturización* y la movilidad. Se ha visto que en la última década se han multiplicado los aparatos de almacenamiento y lectura de distintos formatos digitales (mp3, MPEG4, etc.), de reducidas dimensiones. Además, se ha expandido la demanda de telefonía móvil, que cada vez más integra estos aparatos de lectura y de almacenamiento.
4. La *reticulación* o puesta en red de distintos ordenadores, sea por medio de intranets, es decir de redes privadas, dentro de la mayoría de las organizaciones (empresas, administraciones) o de Internet, que es la red más conocida.
5. La *diversidad de software*, que permite llevar a cabo todo tipo de actividades: comercio electrónico, correo electrónico, intercambio de ficheros, bitácoras, etc.

Estos cambios técnicos han entrañado grandes transformaciones en diferentes ámbitos:

— En los mercados, en las organizaciones, en las estrategias y en la innovación. El comercio electrónico, en sus diferentes versiones (interempresas, empresas-clientes y empresas-administración), reduce el coste de las transacciones, lo que puede suponer fácilmente una reducción en los precios de venta al público de un 15 %¹.

1. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 14.

El comercio electrónico permite crear nuevos productos y servicios. En el caso de los diarios o sitios de noticias, además de la posibilidad de la continua actualización, se puede acceder a artículos relacionados. Además se puede acceder en todo momento y lugar.

Las posibilidades son múltiples. Para los compradores resultan de gran interés los motores de búsqueda y comparación de prestaciones, precios, etc., con lo que se puede acceder a una mayor información, que facilite la evaluación de las compras. Aparecen nuevas formas de contratar, como es el caso de las subastas que antes se circunscribían al ámbito de las obras de arte o de los productos primarios como pesca. Por otro lado, permite que un número de compradores se alíen para obtener mejores precios de un determinado bien.

Por medio de las redes se permite la comunicación entre diferentes departamentos de una misma empresa u organización y entre diferentes empresas del mismo grupo u organización, con lo que se pueden articular organizaciones más autónomas. En algunos casos permite atender las 24 horas un determinado encargo, cuando lo ejecutan dos equipos situados en las antípodas, de forma que cuando se acaba la jornada laboral en un país, se envían los datos y se continúa en el otro.

Existen algunos casos en los que las aplicaciones de las TICs han supuesto importantes mejoras. En Kenia, Naushad Trading Company, que vende cerámica y madera, en dos años incrementó sus ingresos en un 200 %, cuando ofreció sus productos en línea². Sin embargo, cabe pensar que el impacto del comercio electrónico será en el área de influencia natural. Estar en línea no implica el crecimiento automático de las ventas, ya que las transacciones se fundamentan en valores tales como la confianza, el no oportunismo, etc.

La innovación caracteriza a la industria de las TICs, a la vez que esta favorece la innovación en todos los campos. No solo porque se puede acceder a un mayor número de documentos sino también porque se comunica y se discute en tiempo real.

2. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 21.

2. LAS TICS Y EL DESARROLLO

La doble vertiente de las tecnologías de la información y de la comunicación³ (TICs), industria importante en sí e industria transversal a todas las actividades, ha suscitado el resurgimiento de la *neomodernización*. Con este término se quiere dar cuenta del pensamiento que asigna a las TICs la posibilidad de que los países en vías de desarrollo alcancen, de manera automática, a los países desarrollados. Desde la primera mitad de los noventa todos los países avanzados redactan textos proclamando la bondad de las autopistas de la información y la necesidad de entrar en la sociedad de la información, generalmente recitando el *mantra* de que sea el mercado quien gestione la implantación y el desarrollo de las TICs⁴.

También los países en desarrollo hacen suyo este pensamiento y comienzan a desarrollar políticas de implantación de las TICs. Estas pueden servir para alcanzar el estadio de los países desarrollados mediante el avance con salto de etapas (*leapfrogging*)⁵. No acceder a las redes supone quedar fuera del mundo de las finanzas, de las comunicaciones, del comercio electrónico, etc., o lo que es lo mismo quedar más marginado de lo que se pudiera estar anteriormente. Mediante las redes se puede tener acceso a todos los recursos del saber científico, por lo

3. Las TIC se definen como «las tecnologías y técnicas electrónicas utilizadas para gestionar información y conocimiento, e incluyen aquellos bienes, servicios y aplicaciones que son utilizados para producir, almacenar, procesar, distribuir e intercambiar información. Incluyen las viejas tecnologías como la radio, la televisión y el teléfono, y las nuevas como los ordenadores, satélites, Internet y la tecnología inalámbrica. Estas diferentes herramientas son capaces de trabajar relacionadas y en combinación para formar nuestro *mundo interconectado*: una infraestructura masiva de servicios de teléfono interconectados, hardware de computación estandarizado, Internet, radio y televisión, que llega a cada esquina del globo». Esta definición es del Programa para el Desarrollo las Naciones Unidas (PNUD). Cf. *Tools for Development. Using Information and Communications Technology to Achieve the Millenium Development Goals*. Working Paper, United Nations ICT Task Force, Diciembre de 2003, p. 4. En este texto, se indican los objetivos de las TIC asociados a los Objetivos del Milenio, así como propuestas de indicadores, aunque solo a título ilustrativo.

4. Baste citar en informe Bangemann, titulado *Europa y la Sociedad de la Información planetaria*, publicado en 1994 o *Construir la sociedad europea de la información para todos*, en 1997. Ambas obras son de la Comisión Europea, Bruselas.

5. El *leapfrog* es la posibilidad de adoptar una tecnología, sin haber tenido que pasar por las fases anteriores de ésta. Es el caso de la adopción de la telefonía móvil en un país en donde no exista infraestructura de líneas de teléfono fijas.

que cualquier Universidad africana podría acceder a los mismos recursos que una Universidad norteamericana prestigiosa. Además de la enseñanza universitaria, la introducción de ordenadores y de su conexión a redes mejoraría la enseñanza primaria y la secundaria, que podrían llegar a ser equiparadas a las del resto de países desarrollados.

Otras áreas en las que se ha visto que la implantación de ordenadores supondría un salto cualitativo gigantesco era la sanidad, la democracia electrónica, el comercio electrónico, etc. En los discursos todo es maravilloso. Incluso, como se trabajaría en casa, habría menos desplazamientos a los trabajos, con lo cual se reduciría la polución, etc.

En la segunda mitad de los noventa, los organismos internacionales de cooperación con el desarrollo proponen programas destinados a que los países en vías de desarrollo accedan a la sociedad de la información. Así, la UIT propuso en 1995 el proyecto WorldTel destinado a atraer inversiones privadas para construir unos 40 millones de líneas telefónicas en los países en vías de desarrollo durante los diez años siguientes⁶. En general, las propuestas de los organismos han sido de equipamiento de infraestructuras (líneas telefónicas, ordenadores) en la creencia de que dicho equipamiento implicaría aumentos en la productividad y el acceso automático a los beneficios de la SI.

3. TICS. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA LA CULTURA DIGITAL

La utilización de las redes interactivas abre muchas oportunidades, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. En primer lugar, disminuyen los costes de producción y de distribución, lo que favorece la experimentación de contenidos y de formatos, así como una oferta múltiple de estos.

Permite la coexistencia de los contenidos locales con los globales, lo cual puede estimular el conocimiento de los otros, y por medio de la interactividad puede aumentar el diálogo entre iguales (miembros de una misma comunidad) y entre diferentes, lo cual puede contribuir a aumentar el diálogo intercultural.

6. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 40.

De esta forma puede coexistir lo masivo y lo particular, y los grupos reducidos pueden ver satisfechas sus necesidades. En concreto, las redes permiten la oferta y el consumo de contenidos en lenguas minoritarias, cuando antes no tenían ninguna posibilidad de existencia o de viabilidad.

Aparecen nuevas formas complementarias de remuneración. Antes, no existía el comercio de programas de televisión destinados al gran público, por lo que Internet crea por medio de las redes nuevas oportunidades de financiación.

Pero estas oportunidades siempre entrañan unos riesgos. En primer lugar, la concentración de capitales hace que pueda reducirse el pluralismo en cualquiera o en todos los estadios —creación, producción y distribución—. Además, dado que muchas de las actividades en línea se financian por medio de la publicidad, el principal motivo del diseño y de la implementación de un sitio es la captación de mayores ingresos publicitarios, por lo que se introduce una lógica —la de la publicidad— que puede actuar como censura de determinados contenidos. La adquisición de las redes sociales (*social networks*) por los principales grupos de comunicación mundiales no obedece a que quieran potenciar el diálogo y la comunicación que caracteriza a estos sitios, sino porque al ser lugares muy frecuentados, actúan como imanes publicitarios.

Sigue existiendo el intercambio desigual de noticias y de contenidos y continúa el predominio que Estados Unidos tiene en el audiovisual, si no en los contenidos ofertados, debido a la barrera de la lengua, sí en los formatos. Al disfrutar de un gran mercado, los grandes grupos de comunicación marcan pautas en el desarrollo de los contenidos. Afortunadamente las grandes empresas están adquiriendo compromisos de cooperación con los países en vías de desarrollo, lo que facilita el acceso a la herramientas informáticas y a Internet. Así, en el 2006, Microsoft tradujo Windows al zulú, setswana y afrikaans⁷, cuyas versiones pueden ser descargadas de forma gratuita en microsoft.com.

Ahora bien, con Internet se configuran dos mundos, con dos velocidades diferentes. Uno, global, formado por los países desarrollados, con predominio anglosajón, y otro, constituido por los países en vías de desarrollo, con una

7. Ya existía software de código abierto (*open source*) en diferentes lenguas africanas, con el 10 % de cuota de mercado, ya que en África del Sur el 90 % de los ordenadores funcionan con Windows. Tomado de «South Africa: Microsoft Translates Windows into Three Local Languages», en *PEN Weekly NewsBlast*, Business Day, Johannesburgo, 21 de abril de 2006.

limitada producción y un más difícil acceso. Incluso dentro del primer mundo, no todos van a la misma y exacta velocidad.

En esta dinámica, lo público va perdiendo peso y valor. En el mundo analógico, las radios y las televisiones públicas pierden peso relativo respecto del conjunto de la industria, y en el mundo digital, lo público es aún más minoritario, y no justifica su actuación sobre la base de los principios que eran fundamentales hasta hace poco, como el servicio público, con pocas excepciones, como los sitios web de la BBC.

La defensa y la gestión de los derechos de autor es más difícil en Internet y la solución a los nuevos problemas con que se enfrentan —dificultad de eliminar la piratería, y de garantizar los *derechos morales*— hace que se busquen soluciones —como los DRM— que perjudican al usuario, al cual, a veces, se le niegan prácticas antes existentes, como el poder prestar un CD a un amigo o familiar⁸. Muchas veces se justifica este atentado contra la esfera de la vida personal, por la generalización de las redes de intercambios denominados P2P (peer to peer).

Esto significa la necesidad de buscar modelos alternativos de remuneración a los creadores y nuevos mecanismos de financiación, que hoy se concretan en modelos mixtos en los que se conjuga la publicidad con diferentes modos de pago (por unidad, tarifas planas, suscripciones con tope de consumo, afiliación, etc.)⁹.

La digitalización eleva las barreras de entrada de acceso al consumo. Cada vez más, este se realiza por medio de aparatos mediadores, por lo que suponen en sí un coste necesario para poder acceder a los contenidos —un lector de CDs, un ordenador— así como la conexión a Internet, y, en su caso, el pago por determinados productos, y los conocimientos y motivaciones necesarias para poder aprovechar plenamente las posibilidades de las redes.

8. Los Digital Rights Management (gestión de derechos digitales) son mecanismos aplicados por los vendedores de contenidos musicales en Internet, que imponen limitaciones. Permiten limitar el número de veces que se copia el contenido y a veces imposibilitan leerlo en un soporte diferente al ordenador por medio del cual se descargó.

9. En Internet han aparecido fórmulas de remuneración diferentes como el contrato de afiliación. Es muy típico con Amazon. Si un visitante de un sitio ve un anuncio de un libro de Amazon y tras ir a éste, lo compra, entonces Amazon remunera al sitio del que procedía el comprador con una cantidad que puede llegar hasta el 10 % del precio de venta del libro.

A pesar de que el número de páginas en Internet es muy elevado, las más visitadas están concentradas en muy pocos grupos, de manera que quedan muy pocas posibilidades de rentabilización para el resto de empresas (pequeñas y medianas). Las páginas más visitadas en EE. UU. (buscadores como Google y Yahoo y sitios de noticias MSN, CNN, etc.) pueden concentrar hasta cerca del 90 % de los ingresos por publicidad¹⁰.

4. LAS TECNOLOGÍAS DE PROPÓSITO GENERAL

Muchos son los nombres¹¹ que se han dado a los aspectos económicos de las TICs. Se habla de economía de las redes, economía de lo inmaterial, economía del conocimiento, economía de la información, economía de la innovación, economía del aprendizaje, etc., lo que muestra que son múltiples los aspectos a los que afecta Internet.

De manera general, puede señalarse que las TICs pueden ser consideradas como tecnologías de propósito general (TPG¹², General Purpose Technologies). Las principales TPG a lo largo de la historia han sido los motores de vapor y la dinamo eléctrica y se caracterizan por:

- Amplio campo para la mejora y la elaboración.
- Aplicabilidad en una variedad de productos y procesos.
- Fuerte complementariedad con las tecnologías ya existentes o con las potenciales nuevas.

10. En Internet, las audiencias son captadas por sitios que no proceden de los medios tradicionales y que son quienes drenan la mayoría de los ingresos de publicidad en Internet. Los sitios de Internet gestionados por los medios se caracterizan por una demografía muy determinada. ESPN.com (deportes) de Disney es visitada por hombres de 18 a 35, y FamilyFun.com —también de Disney—, fundamentalmente por mujeres con hijos. Yahoo puede tener 122 millones de visitantes en agosto de 2005 y tuvo unos ingresos de publicidad de 3,6 billardos de dólares, algo más que los 3,2 de Google. Solamente estos dos buscadores ya recaudan el 50 % del total de publicidad que va a Internet. En otras palabras, el 71 % de los ingresos podrían estar concentrados en las 10 primeras propiedades de Internet. Mientras tanto, todos los sitios de News Corp. juntos no llegaban a los 12 millones de visitantes; Walt Disney tenía algo más (30,7 millones) y Viacom 39,8 millones. J. Angwin, «Media Firms Dig Into War Chests For Latest Assault on the Internet», *The Wall Street Journal*, 28-9-2005, A1.

11. Cf. J. C. Miguel de Bustos, *Cultura, Comunicación y Desarrollo*, Cuadernos de Trabajo núm. 16, Hegoa, Bilbao, 1996, p. 25.

Algunos economistas consideran que las TICs son la TPG del momento. Pensando en Internet estas características son evidentes:

— La **mejora es continua**, por cuanto se aumenta la velocidad de acceso a Internet, que permite navegaciones y descargas más rápidas. Dado que Internet puede ser considerado como un *bien sistema*, la mejora de cada una de las partes de que consta mejora la calidad del conjunto. Si consideramos que para acceder a Internet se necesita un ordenador, una determinada conexión y un navegador, resulta evidente que la mejora de cada uno de estos elementos afecta al conjunto. A la inversa, el deterioro de uno de ellos afecta a su totalidad, de forma que la bondad del *bien sistema* está dada por el elemento de menor calidad.

— **Multitud de usos**. Resulta difícil utilizar el singular, ya que se puede acceder a todo tipo de información y conocimientos con muy diferentes propósitos: ocio, profesional. Puede ser utilizado como elemento de comunicación entre todo tipo de personas físicas o jurídicas —particulares, empresas, administraciones—, por medio del correo electrónico o como mercado. El comercio electrónico es una actividad en auge en Internet, como consecuencia de las grandes ventajas que ofrece, entre las que cabe destacar la reducción de los costes de transacción.

— **Variedad de productos** o procesos. Viene explicada por la ingente cantidad de tipos de páginas a las que se puede acceder con muy diferentes propósitos. Una misma información puede ser consultada o transmitida de muy diferentes maneras: radio, prensa y TV en Internet, bitácoras (*blogs*), *podcast*, etc. Cabe incluir la tecnología P2P que permite intercambiar informaciones y ficheros de manera descentralizada.

— Finalmente, la conexión con otras tecnologías presentes o potencialmente futuras se muestra en las relaciones entre Internet y la telefonía móvil, o Internet y la televisión o la descarga de películas y músicas para ser almacenados en lectores de MP3 u otros estándares.

12. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 12.

5. TICS Y DIFERENCIAS DE DESARROLLO

El establecimiento de prioridades en el desarrollo no es tarea fácil, porque los gobiernos están influenciados por los discursos sobre las TICs. Hasta ahora, en la mayoría de escritos se asigna a las TICs dos tipos de objetivos o de resultados.

Se las asocia con el poder de reducción de la pobreza y la posibilidad de mejorar la educación y la salud, lo cual se traduce en un incremento en la calidad de vida, y por tanto en una mejora del *desarrollo humano*. Por otro lado, se asocia a las TICs con el crecimiento de la productividad, a pesar de la falta de evidencias empíricas al respecto, especialmente en los países en vías de desarrollo.

Sí que existen estudios referidos a Estados Unidos o un determinado país desarrollado. En Estados Unidos y en los países desarrollados, las TICs contribuyen a un incremento de la productividad en todas las áreas, especialmente en aquellos sectores que utilizan las TICs de manera más intensiva. En los países en vías de desarrollo, resulta difícilmente mensurable porque las TICs aún no se utilizan de manera generalizada, si bien cabe esperar estos incrementos de productividad, que se traducen en contribuciones al crecimiento del PNB.

En los países de la OCDE, parece que ya no se da la paradoja de Solow, que ha caracterizado a los ochenta y parte de los noventa, y que puede ser descrita como la baja repercusión sobre la productividad de la rápida difusión de los ordenadores. A esta falta de relación entre el incremento de la informatización y de la productividad se le han buscado varias explicaciones, entre las que destaca la que señala que los beneficios en la economía no son inmediatos, en la medida en que se dan continuos ajustes: en la cualificación de la fuerza de trabajo, en la organización del trabajo vinculada a la utilización de las TICs y en los costes de implementación de *hardware* y *software*.

A su vez, todo ello depende de factores exteriores a las propias empresas, como las relaciones que mantengan entre ellas (por ejemplo por medio del comercio electrónico b2b), y depende del marco regulatorio que afecta a las comunicaciones electrónicas (seguridad, firmas electrónicas, estándares, derechos de propiedad intelectual). Ello significa que, además de inversiones en TICs, se requieren inversiones en el capital humano y en la mejora organizativa.

Según un estudio reciente de la OCDE, las TICs se comportan como motores del crecimiento de las economías de los países miembros, primero de las empresas mismas y luego de las economías nacionales, de forma que puede cuantificarse que las TICs contribuyeron entre el 0,3 y el 0,8 % al crecimiento del PNB per cápita entre

1995 y 2001, con grandes diferencias entre los países. En principio, los países que más invierten en TICs (Japón, EE. UU., Australia, los Países Bajos y Dinamarca) son los que más pueden esperar mayores aportes al crecimiento del PNB, pero también deben considerarse factores como el propio tamaño de la demanda de TICs, la innovación en las TICs y la demanda e innovación inducida por ellas, incluidas las mejoras organizativas que pueden implantarse mediante su puesta en marcha.¹³

Parece difícil trasladar a los países en desarrollo los resultados de la OCDE, debido a lo siguiente:

- Los países en desarrollo no tienen un sector de TICs equivalente en tamaño o proporción a los de la OCDE.
- No tienen sectores industriales con una producción destinada a un mercado masivo.
- Los servicios son escasos.
- Las infraestructuras de comunicación (teléfono, repetidores de televisión, satélite, etc.) no están muy desarrolladas. Esto implica que los costes de comunicación son mucho mayores que en los países de la OCDE.
- Los costes de adquisición de infraestructuras son mayores que en los países productores de estas, debido a que hay que importarlas. Resulta también difícil encontrar financiación adecuada, al tener sistemas financieros inapropiados para este tipo de inversiones.
- Los usuarios de TICs (empresas, administración y particulares) no han desarrollado el saber hacer necesario para sacar el máximo partido a este tipo de tecnología.
- En estos países, al ser la mano de obra abundante y barata, no existe la misma presión para sustituirla por ordenadores.
- Los mercados de telecomunicaciones son estáticos, por cuanto actúan en régimen de monopolio.

Por ello, la OCDE considera que los países en vías de desarrollo están peor equipados para aprovechar las ventajas del potencial de las TICs de cara al estímulo del crecimiento, por lo que continuarán estando situadas, en términos relativos, detrás de las economías de la OCDE¹⁴. Además, la consecución de objetivos sociales y económicos pueden moverse en sentidos opuestos, al menos a corto y medio plazo.

13. Cf. *ICTs and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, industries and Firms*, OECD, París, 2003.

14. Las principales razones son el peso de la agricultura, el bajo nivel de servicios, el bajo nivel de formación (primaria, secundaria o universitaria). Cf. OCDE, *ICTs and Economic Growth in Developing Countries*, Development Co-operation Directorate, 10-12-2004, p.3.

6. RIESGOS Y BENEFICIOS DE LAS TICs

Los recursos técnicos (*hardware* y *software*) tienen su origen en los países desarrollados en donde son diseñados según sus necesidades. Recientemente se han diseñado ordenadores de muy bajo precio (ordenadores portátiles a 100\$), que funcionan con una dinamo¹⁵. Lo mismo sucede con el *software*.

Las TICs también ofrecen posibilidades a los países en vías de desarrollo de forma indirecta. Cuantas más personas tengan acceso a la educación, mayor probabilidad tendrán de trabajar incluso para empresas de los países desarrollados. En este sentido, se estima que un 5 %¹⁶ del trabajo en el sector de servicios de los países desarrollados puede ser efectuado desde los países en vías de desarrollo, tal y como ya sucede en países como la India.

Paulatinamente, los países en vías de desarrollo contribuyen a la innovación en el campo de las TICs y son quienes tienen mucho que aportar en el uso de estas para el incremento del bienestar de las personas y de las comunidades. Algo más del 10 % de los 1.100 proyectos que compiten por obtener el premio de Stockholm Challenge 2006¹⁷, concedido a aquellos que aceleran y mejoran la participación de las personas y comunidades, proceden de África. Además, se creó un premio para el mejor proyecto africano, dentro del nuevo certamen World Summit on the Information Society Challenge, creado después de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Con el tiempo, los países en vías de desarrollo podrán también ofrecer *software* adecuado a sus necesidades, con lo que aportarán un importante complemento a la industria del *software* actual. Así, en Ghana, un usuario de un telecentro descubrió que los marcadores que solía guardar en el disco duro del ordenador que compartía con otros usuarios había desaparecido, por lo que ideó un sitio web destinado a los usuarios de Internet que no tienen ordenador y que por tanto no pueden gestionar en todo momento sus marcadores¹⁸. Por extensión, resulta interesante su uso para quienes viajen o quieran en un momento determinado tener acceso desde otro ordenador.

15. Los ordenadores baratos se han desarrollado en la India y Brasil y son conocidos como *simputers*.

16. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 20.

17. Se crea en 1995 y otorga premios en seis categorías: educación, medio ambiente, administración pública, cultura, desarrollo económico y salud. Ver <http://www.stockholmchallenge.se>.

Dejando de lado los costes, las infraestructuras pueden implementarse con relativa facilidad, ya que existen diferentes alternativas, como redes de telefonía fija o móvil; también para los ordenadores hay alternativas: ordenadores *ad hoc*, baratos, restaurados, etc. Pero lo que resulta difícil de poner en práctica es el acceso y los contenidos.

A la hora de aprovechar mejor las posibilidades de las TICs, deben considerarse las siguientes acciones:

— Los gobiernos son grandes productores, usuarios, almacenadores y distribuidores de información a organismos de la administración, a empresas y a los individuos, de forma que introducir las TICs en su organización puede favorecer el desarrollo de un sector de servicios especialmente relacionados con el *software* y el mantenimiento de los equipos. Estas tecnologías deben ser empleadas para transformar la propia organización de las administraciones, especialmente en sistemas como el judicial, y los trámites administrativos básicos, como aquellos relacionados con documentos de identificación.

Por otro lado, se ha estimado que las pequeñas y medianas empresas gastan el 20 % de sus ingresos en la obtención de información, en la tramitación de documentos, emisión de licencias, permisos y de tasas relacionadas con las administraciones¹⁹. Esto significa que esta es una de las áreas prioritarias: mejorar las comunicaciones entre empresas, especialmente las pequeñas y medianas con las administraciones.

Hill Gares opina que un país pobre puede entrar en la senda del desarrollo una vez que «la economía es lo suficientemente saludable como para que se incremente la productividad de la agricultura, se creen empleos y la suficiente infraestructura para empezar un ciclo del tipo que ha beneficiado a Korea y Taiwan». A la vez, asigna un papel central a la tecnología, que actúa como acelerador de los procesos²⁰.

18. <http://webmark.backa97.org/index.php>.

19. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 33.

20. World Economic Forum, *Governance and globalization for the 21s Century: A Conversation with Tom Friedman and Hill Gares*, World Economic Forum Annual Meeting 2006, 27-1-2006.

Capítulo IV. Sociedad de la información y sociedad del conocimiento



1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Hace poco más de una década que conceptos como sociedad de la información y sociedad del conocimiento estructuran las agendas políticas de los países desarrollados y en desarrollo, y de las agencias internacionales. La construcción de infraestructuras de telecomunicaciones, la creación de redes, la promoción del acceso de personas, empresas y administración tendrían consecuencias positivas en la sociedad, generaría crecimiento e incremento de la productividad, crearían nuevos empleos, etc.

En 1994, en la Conferencia de Buenos Aires de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el vicepresidente estadounidense, Al Gore, introdujo el concepto de *infraestructura global de la información* en la agenda. Dicho concepto se consagró el año siguiente, en Europa, con ocasión de la Conferencia Ministerial del Grupo de los Siete sobre la sociedad de la información, en Bruselas. Así, el libro blanco *Crecimiento, Competitividad y Empleo*, de la Comisión Europea, de 1993; el Informe Bangemann, de 1994 y el Plan de Acción, de 1994, utilizaban el concepto de sociedad de la información como una nueva sociedad, en la que los servicios se por medio de tecnologías de la información y de la comunicación, presentes en toda actividad humana¹.

De esta forma, se materializa un concepto que antes únicamente estaba presente en textos académicos². En efecto, durante los setenta fueron los académicos (Daniel Bell³, Marc Porat⁴) quienes caracterizaron a la economía del futuro con el término de *información*, para dar cuenta de los cambios que iban a acontecer, cambios fundamentalmente en la esfera productiva —trabajadores de la información, mercancías con cantidades crecientes

1. Comisión Europea, *Crecimiento, Competitividad y Empleo*, Libro Blanco, Bruselas, 1993, sección 5.1.

2. Esta idea está muy bien desarrollada en el texto de S. O. Sióchrú, «Will the Real WSIS Please Stand Up?», *Gazette*, vol. 66 (3-4), pp. 203-207.

3. D. Bell, *The Coming of the Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Penguin, Harmondsworth, 1973.

4. M. Porat, *The Information Economy*, Center for Interdisciplinary Research, Stanford, 1976. Masuda, que fue el redactor de un plan nacional sobre la Sociedad de la Información, a principios de los setenta. Este autor es interesante porque describe lo social, a partir de lo económico, y explícitamente compara la sociedad industrial y la Sociedad de la Información. Cf. Y. Masuda, «Parameters of the Post-Industrial Society», en T. Forester, *The Information Technology Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1985.

de información, etc.—. Con ello se quería destacar la importancia creciente de la información y del conocimiento, pero fundamentalmente en la esfera productiva. Y a la sociedad que le correspondía se la denominaba sociedad posindustrial.

En sus escritos, la tecnología no era un factor determinante, al menos no tanto como lo es en cualquier texto de políticas públicas, ni tampoco es una visión *mercado*centrista, en el sentido de la importancia que actualmente se le da en muchos de los textos oficiales⁵.

La sociedad de la información puede ser definida como «aquella sociedad que hace un extensivo uso de las redes y de tecnología de información, produce amplias cantidades de bienes y servicios de información y que tiene una industria de contenidos diversificada»⁶. Esta definición, como muchas otras alternativas, describe la parte económica y tecnológica, en la que lo humano está implícito —las personas consumen, producen bienes, contenidos informativos—, pero no explícitamente, y eso a pesar de que la información acompaña a un componente humano fundamental que es lo social. Describe por tanto lo que no está presente en el nombre.

En todos los ámbitos, la sociedad de la información aparece como algo sencillo y sin problemas. Al hablarse de información, parece que todo es, además de intrínsecamente humano, intangible, etéreo, limpio y ecológicamente respetuoso. Nada más lejos de la realidad: la fabricación de los ordenadores demanda grandes cantidades de energía y de materiales para los componentes. Hacen falta 23 toneladas de recursos naturales para la fabricación de un ordenador, así como una energía equivalente al consumo medio anual de electricidad de un hogar centro-europeo⁷. Añadamos la necesidad de reciclaje⁸, especialmente de las baterías de los ordenadores o teléfonos y

5. Según Albright, existen cinco tipos de teorías sobre la sociedad de la información (tecnológicas, económicas, ocupacionales, espaciales y culturales) y considera que las tecnológicas son las más comunes. Cf. K. S. Albright, «Global Measure of Development and the Information Society», *New Library World*, vol. 106, núm. 1214/1215, 2005, pp. 320-331.

6. Esta definición es de H. Jeskanen-Sundström. Citado en UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003.

7. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 22.

8. Ver «Much Toxic computer Waste Lands in Third World», *USA Today*, 25-2-2002. Disponible en <http://www.usatoday.com/tech/news/2002/02/25/computer-waste.htm>. En el artículo se describe cómo muchos ordenadores estropeados o fuera

los agentes contaminantes contenidos en los tóneres de las impresoras, etc., por lo que cabe pensar que la generalización de la sociedad de la información puede ser poco sostenible en el plano material de los recursos ambientales.

Los problemas surgen cuando se pasa de la teoría o de la prescripción a la esfera de las aplicaciones reales.

2. INFORMES SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. TECNO Y SOCIOUTOPIÁS

«En el mundo entero, las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones engendran actualmente una nueva revolución industrial, que es tan importante como la del siglo pasado. Esta revolución se fundamenta en la información [...] Como consecuencia de su efecto multiplicador, estimulará cada sector de la economía. A nada que las tarifas se fijen mediante las reglas del mercado, los servicios y las aplicaciones de la información irán multiplicándose [...] Dado que el mundo de la información no está limitado por las fronteras, y al ser el mercado totalmente abierto, la sociedad de la información tiene una dimensión, en esencia, mundial.»⁹

de servicio se envían a los países en desarrollo. Muchos de ellos van a China, en donde se reciclan los componentes. En la zona de Gniyu, de la provincia de Guandong, trabajan unas 100.000 personas en la extracción de los componentes de los ordenadores, que provienen sobre todo de Estados Unidos, en donde se considera que existen unos 500 millones de ordenadores obsoletos. El problema es que lo que no se puede reciclar se tira a los ríos, con el consiguiente deterioro. Recordemos que los aparatos electrónicos generan el 1 % de la basura, pero el 70 % de la contaminación. Cf. http://www.informinc.org/fact_CWPcomputer.php y <http://lowendmac.com/archive/02/0503.html>. Finalmente, debe señalarse que existen organizaciones militantes que promueven el reuso de ordenadores, una vez reparados y actualizados, como Reuse Development Organization (<http://www.redo.org>).

9. Informe Bangemann, *Europa y la Sociedad de la Información planetaria*, Informe presentado al Consejo de Europa, Bruselas, mayo de 1994. Fuente: *Rapport mondial sur la communication*, UNESCO, 1997, p. 56.

Esta selección de los párrafos de uno de los textos fundadores sobre la sociedad de la información en Europa describe a la perfección la visión administrativa y tecnocrática de los discursos de la mayoría de países desarrollados sobre el advenimiento de la sociedad de la información. De estos textos¹⁰ cabe subrayar:

- Se habla de una revolución informativa o comunicativa equivalente a las habidas anteriormente, cuya base son las redes, como Internet. Se la compara con la revolución industrial, con la invención de la electricidad y de la imprenta¹¹, etc.
- Es un mercado en expansión desigual. No obstante no se explicitan las diferencias, al menos en una primera etapa. El mercado de las TICs (equipos de telecomunicación, servicios, *hardware*, *software*, servicios audiovisuales y aparatos electrónicos de consumo) ha sido de 2,3 billones de euros en el 2005¹². De esta cifra, el 38 % corresponde a los servicios y el 23,2 % a *software* y servicios de computación. El 70 % de aquella cifra está concentrada en los países de la OCDE, o en otras palabras, el 12 % corresponde al conjunto de Latinoamérica, África y Europa del Este. El mercado de equipamiento de telecomunicaciones en Alemania es casi equivalente al de toda Europa del Este o de África. Estas relaciones son algo diferentes en el campo de los servicios, ya que el mercado de servicios de telefonía latinoamericana (81 millardos de euros) sería algo menor que el de Italia y Alemania conjuntamente.
- Los costes y tarifas son cada vez menores, como consecuencia del libre juego del mercado. Al insistirse en la iniciativa privada se proclama la necesidad de que sea el mercado quien gestione las tecnologías y por tanto su aplicación. A la inversa, puede decirse que lo público queda relegado a un segundo lugar. En algún caso, como el australiano y el canadiense, lo público continúa legitimando las políticas públicas. En efecto, en Australia se promueve el servicio universal (en materia de acceso a las infraestructuras) y del servicio público (en cuanto a contenidos).¹³

10. Como muestra ver la selección de párrafos correspondientes a textos sobre las autopistas de la información o sobre la sociedad de la información de diferentes países: Japón, Estados Unidos, Europa, Australia y Canadá. En UNESCO: *Rapport mondial sur la communication*, UNESCO, 1997, p. 56

11. T. Foster, op. citada, pp. 635 y ss.

12. *Digiworld* 2005, IDATE, en Idate News núm. 349, 21-3-2005, p. 2.

13. Ver el párrafo correspondiente al Informe australiano en *Informe mundial sobre la comunicación*, UNESCO-Acento-Fundación Santamaría, Madrid, 1998, p. 58.

- Las tecnologías están en la base de la sociedad de la información, con lo que se cae en un determinismo tecnológico, al proclamar que es la tecnología lo que caracteriza a una sociedad. Se elige uno de los términos más abstractos (*información*), y no el de *comunicación*, que es una de las actividades humanas más centrales. Muchas veces, en los textos fundadores, ambos términos (*información* y *comunicación*) suelen estar yuxtapuestos.
- Las tecnologías son transversales y su aplicación es siempre positiva en todos los sectores económicos y actividades sociales. Además, alguna de estas actividades multiplicaría aún más los referidos efectos positivos. Las consecuencias positivas¹⁴ son generales, ya que afectan a todas las actividades, pero suelen citarse el progreso económico, la salud, la democracia, la educación, el medio ambiente, etc. Estos efectos positivos son temporal y geográficamente transparentes o neutros, ya que afectan a todos los países, con independencia de su tamaño, composición social y grado de desarrollo económico.
- Al hablar de redes de comunicación globales, implícitamente se define una SI global, en la que parecen diluirse todas las diferencias culturales, organizativas, etc.
- Se da tanta importancia al mercado como mecanismo regulador, que no se hace referencia alguna a la gobernanación ni a la regulación de estas redes. Alguien señalaba que era como si, en el comienzo del ferrocarril, únicamente se hablara de las locomotoras, pero no de sus trazados, de lo que se transporta de su función vertebradora del espacio, de la economía y de la sociedad.
- Se considera el acceso, aunque no parece tener ni tiempo ni espacio, ya que se puede acceder a las redes en cualquier momento sin que cuente desde dónde ni cuándo.
- Se considera que la globalización es una característica esencial de la SI, que llevada a su extremo significa que todo es global. Sobre este particular resulta interesante traer a colación los diferentes espacios que pueden considerarse. Castells diferencia tres geografías¹⁵: la técnica, la de los usuarios y la de la producción de Internet, y cualquiera de ellas muestra distribuciones desiguales. Cabe agregar una cuarta, la de la gobernanación. La geografía de la técnica se refiere al monopolio de los servidores raíz por parte de Estados Unidos. La de usuarios muestra las diferencias en infraestructuras, posibilidades de acceso, etc. La geografía de la

14. Las promesas acompañan a las grandes invenciones, de forma que cuanto mayor sea la invención, mayores serán los efectos positivos y más generales su difusión. A. Mattelart señala que Victor Hugo hablaba de la reconciliación de la gran familia humana, al referirse al cable submarino. Cf. A. Mattelart, *Historia de la Sociedad de la Información*, Paidós Comunicación, Barcelona, 2002, p. 166.

15. M. Castells, *La galaxia Internet*, Areté-Plaza Janés, Barcelona, 2001.

producción se refiere al predominio de fabricantes de infraestructuras, de materiales y de *software* centrado en los países desarrollados, especialmente en Estados Unidos. La de la gobernación está constituida por la gestión de los diferentes elementos necesarios para que funcione Internet, como son los estándares, protocolos, asignación de números en las direcciones, etc. En este caso, también el predominio norteamericano es clave.

3. CAMBIOS ESTRUCTURALES EN LA INFORMACIÓN

En lo que se refiere a la información, esta se caracteriza por las siguientes tendencias¹⁶:

- Un incremento de la información *no producida* por instituciones destinadas a tal fin —como las agencias de noticias, diarios, revistas, etc.—. Es la información producida en las empresas, en las administraciones y en la sociedad civil. En algunos casos se habla del incremento del *amateurismo*, para dar cuenta del fenómeno de que cualquier persona puede hacer un documento gráfico o audiovisual y compartirlo con otras personas¹⁷. El problema que surge es que deben buscarse nuevas formas de valorar la información (objetividad, concisión, rigor, independencia calidad de las fuentes y de los contenidos, veracidad, etc.). Esta dificultad es importante, porque se ha comprobado que los estudiantes no siempre saben valorar las diferentes fuentes de información procedentes de Internet y que utilizan para sus trabajos escolares.
- Parte de los anteriores problemas son consecuencia de la desaparición del mediador comunicativo, del contextualizador, como es el caso del periodista en los medios de comunicación. Si incluso en la prensa escrita, que posee mecanismos éticos y profesionales de tratamiento de la información, se trucan fotografías, cabe pensar que este tipo de fenómenos puede amplificarse en Internet.

16. Lo que sigue está inspirado en B. Miège, *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck-INA, Bruselas, 2004, p. 63.

17. Precisamente este poder compartir informaciones fundamenta el éxito de lugares de redes sociales, como MySpace.com, en este caso destinado fundamentalmente a jóvenes y que fue adquirido por News Corp, en el 2005. Por otro lado, el *amateurismo* tiene en el 2006 un lugar de moda: youtube.com, en donde de manera gratuita se pueden ver videos de todo tipo, enviados por todo tipo de personas, y gratis. También se manifiesta en las bitácoras particulares.

- No cabe esperar que se eliminen muchos de los problemas existentes en el campo del periodismo como es el tratamiento de la noticia, a saber: la instantaneidad. Se sigue primando lo instantáneo, en detrimento de su complemento, que es la distancia, el análisis, el reportaje y la investigación.

El filósofo Paul Virilio diría que se prima la *teletopía*, definida como la continuidad en tiempo real, que busca suplir a la contigüidad del espacio real, que existe cuando observamos un acontecimiento en directo.

Otra problema es el mimetismo. Muchas veces se observan las mismas fotos, imágenes, textos y estructuras narrativas. Pudiera decirse que la multiplicación de sitios en Internet que ofrecen información compensa esta tendencia de la prensa *off line*; sin embargo, esta compensación es teórica, desde el momento en que esto también se da en los sitios en línea más visitados.

La discontinuidad en las informaciones también es problemática. Afecta a todo tipo de noticias, pero es especialmente grave cuando se trata de noticias procedentes de los países en vías de desarrollo. Una vez que ha ocurrido la catástrofe, el país o la zona ya no aparece en las noticias, salvo en algún recordatorio del acontecimiento, como en el caso del tsunami del 2004. La discontinuidad y el catastrofismo hacen que se vea a estos países, especialmente los más pobres, como si en realidad no existieran. Se llega a situaciones como la de que a primeros de los noventa, en Estados Unidos, solo se empezó a hablar de la hambruna en África cuando se supo que los elefantes también se morían.

- Cabe pensar que surgirán nuevos métodos de evaluación y de atribución de valores a determinados sitios que provean noticias. Una pista la pueden proporcionar sistemas de comentarios y de votos que atribuyan una determinada característica a un determinado sitio, de manera que los más votados en una de ellas puedan constituir una referencia que ayude a elegir una página de Internet¹⁸. Con ello se matiza la dinámica del buscador en Internet, ya que de los miles de resultados que se pueden obtener, no siempre los que aparecen en primer lugar son los mejores, debido a que, en muchos casos, las empresas compran posiciones para que sus

18. Los sitios destinados a compartir marcadores ofrecen un gran interés para el profesorado, ya que se hacen clasificaciones sobre los sitios que los usuarios colocan como interesante sobre un determinado tema. Ejemplos: <http://del.icio.us>, <http://www.blinklist.com> (bien diseñado) y <http://www.ifavoritos.com> (en castellano).

productos aparezcan en los primeros puestos. De todas formas, aunque en los primeros puestos aparecieran los sitios más consultados, esta característica debe ser matizada con otras informaciones sobre dichos sitios.

- Muchas informaciones únicamente tienen valor en el instante (son efímeras), de forma que ofrece poco interés su consulta con posterioridad. Son además producidas de forma irregular (no periódica) con lo cual se rompe una de las características institucionales de los medios, como es la regularidad.
- La multiplicación de las informaciones tiene lugar de forma global, y aunque las informaciones suelen tener una gran relación con un determinado espacio (que puede ser geográfico), cada vez más trascienden esta relación. Los diarios en línea han supuesto un incremento del número de personas que leen las noticias en el exterior de su zona de influencia. Aun así, continúa habiendo fronteras, que pueden ser lingüísticas y culturales. En algunos casos, como en China, aparece la censura explícita y la vigilancia de las comunicaciones, en la cual resulta fundamental la colaboración de las empresas de buscadores (Google, Yahoo) para vetar determinados términos, nombres, situaciones, lugares y fechas históricas.
- Se rompe con la separación de esferas. Resulta difícil establecer qué usos tienen carácter profesional y cuales pertenecen a la esfera privada, porque se puede acceder desde cualquiera de esas esferas a los dos tipos de información.
- D. L. Hoffman y Th. P. Novak¹⁹, señalan que los nuevos medios facilitan un mayor control del consumidor y el acceso no lineal a un contenido más diferenciado. Modelizan la experiencia de *flujo*, que es la percepción que el usuario tiene de control en sus acciones en Internet, a la vez que pone su atención y disfruta de estas acciones, de forma que la atención del consumidor se centra en la interacción. Existen dos tipos de flujos: los que van dirigidos a un objetivo concreto y los experienciales, en donde la navegación es más hedónica y menos dirigida hacia un propósito concreto.

Cuando se entra en Internet debe considerarse que aunque alguien vaya a un sitio con un propósito claro, a consultar una determinada información; a esta experiencia le acompañan características de flujo experiencial que *indeterminan* la visita y el propósito de esta. Es como cuando se va a un hipermercado: aunque el objetivo pueda ser adquirir un determinado producto, es fácil que a la salida se haya comprado cualquier otro producto, a veces

19. «Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations», en M. Fitzgerald y D. Arnott (eds.), *Marketing Communication Classics*, Business Press, Londres, pp. 261-290.

sin ninguna relación con el propósito inicial. Este componente experiencial es fundamental, especialmente en relación con el entretenimiento.

- Aparecen nuevas relaciones entre gratuidad y pago. Ambas tienen una relación estructural, ya que la gratuidad es necesaria para poder llegar a los lugares de pago. Los buscadores son gratis, los comparadores de precios y calidades también, de forma que es en la esfera de las informaciones destinadas a uso profesional en donde predomina la suscripción mediante pago.

4. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, SEGÚN B. MIÈGE.

B. Miège es muy crítico con la sociedad de la información. Considera que el término es confuso desde el momento en que se emplea a la vez como programa de acción y como calificativo de la sociedad y de la economía.²⁰

El problema no radica en el nombre, sino en qué significa la visión economicista de la información, al situar en el centro más que las informaciones —que tienen su origen en la actividad humana—, las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs), de forma que son estas y no aquellas quienes constituyen la base fundamental de las reestructuraciones actuales. Las tecnologías inducen cambios en los usos y en las organizaciones, como si se tratase de una cadena causal e inevitable. Al aplicar las tecnologías, más o menos idénticas e intercambiables, los cambios esperados son los mismos en todas las sociedades. Por ello es por lo que en los textos se utiliza el singular para caracterizar a la sociedad.

De la mano de la sociedad de la información, los cambios conducen a una sociedad nueva, distinta de la industrial, en donde todo es inmaterial (virtual): la información, las redes y la educación, con lo que se pierde una cierta relación con el contexto en donde se produce, se distribuye y se usan las informaciones, que siempre es un contexto social, económico y político.

20. B. Miège, *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck-INA, Bruselas, 2004, p. 56.

Los gurús de la sociedad de la información son las empresas. En una reciente conferencia de la OCDE, en enero del 2006, sobre el futuro de los contenidos, un representante de Google comentó en la presentación de su empresa que dado que el 60 % de los libros se encuentran fuera de Internet, la misión de su empresa era hacer disponible para toda la humanidad también estos contenidos excluidos. Loable tarea, pero esta actividad es subsidiaria respecto de la búsqueda de la rentabilidad, la cual estuvo, sospechosamente, ausente en sus intervenciones.

Debe señalarse que las innovaciones son fundamentales, pero no responden a esquemas lineales: «la observación muestra que las técnicas de la información y de la multiplicación acompañan los cambios sociales, a los que a veces aceleran, pero raramente los provocan; relacionar de manera precisa la emergencia de las técnicas con lo social resulta ser una exigencia fundamental»²⁰.

Castells puede ser criticado, en la medida en que ofrece una visión omniabarcante de los cambios en curso. De la misma forma que no se puede representar perfectamente en un plano el globo terráqueo, resulta imposible ofrecer un mapa de los cambios de la realidad, hoy atravesada por múltiples cambios de envergadura. Por ello es por lo que su preocupación por confeccionar el mapa de la sociedad de la información le lleva a conclusiones miopes, como asignar un carácter definitivo a cambios que aún continúan en curso.

Castells, establece un *homomorfismo* entre las redes físicas y las redes sociales a las que confiere el carácter generador y gestor de los cambios. Esto significa que las redes vertebran la acción social, la cual queda determinada por aquellas (las redes). Su modelo es un **modelo frontera**, que marca el fin de la historia porque, a pesar de usar conceptos dinámicos como las redes, estas, junto con los flujos que por medio de ellas discurren, se establecen como factores *eviternos* (con principio, pero sin fin) que permiten explicar nuestras sociedades (hoy y mañana). No podemos olvidar que los cambios actuales no aparecen de repente, sino que tienen su origen en acciones anteriores o se basan en ellas, que marcan la dirección y la intensidad de estos cambios, y que a su vez son influidos por el marco —político, económico y social— en el que aparecen dichos cambios y por las dinámicas de cada uno de los agentes que intervienen.

20. B. Miège, *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck-INA, Bruselas, 2004, p. 58.

B. Miège considera que el actual proceso es, en esencia, no igualitario. No solo por la desigualdad de acceso a las tecnologías, sino porque la desigualdad de acceso implica un fenómeno de dominación: el acceso a los aparatos y redes, especialmente los más potentes y sofisticados, permiten a sus usuarios adquirir o reconfortar sus posiciones de dominio.

5. SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

La UNESCO considera que más que en una SI estamos en una sociedad del conocimiento. Con ello quiere dar cuenta de la utilización de la información y la comunicación, de manera que pueden ser utilizadas en todas las áreas de actividad humana para mejorar las relaciones entre las personas y de estas con su entorno: «las sociedades del conocimiento deben estar basadas firmemente en la afirmación de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, incluyendo la libertad de expresión. Dichas sociedades deberían asegurar la plena realización del derecho a la educación y a los derechos culturales. En las sociedades del conocimiento, el acceso al dominio público de la información y del conocimiento para propósitos educativos y culturales debería ser lo más amplio posible, asegurando la provisión de información de alta calidad y diversificada. Además, debiera enfatizarse la diversidad de lenguas y de culturas.»²¹

Como se observa en esta definición, se mezcla lo normativo —lo que debería ser— con lo positivo —lo que es—. En otras palabras, parece que es algo que ya existe²². En la definición destaca la pluralidad (sociedades del conocimiento), por lo que se subraya que existen diferentes sociedades, con diferentes ritmos. Por el contrario, en la mayoría de los textos sobre la SI, se utiliza el singular²³.

21. Ver Prefacio de UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003.

22. Cf. «Some Questions for the Information Society», en T. Forester (Ed.), *The Information Technology Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1985, p. 649.

23. Un problema del término sociedad del conocimiento y de la sociedad de la información radica en su utilización en singular, cuando por el contrario, lo que vemos es que existen infinitas sociedades de la información según el grado de utilización de una tecnología, según su equipamiento, etc., incluso dentro de un mismo país. Una historia y una crítica implícita de la sociedad de la información se encuentra en A. Mattelart, *Historia de la Sociedad de la Información*, Paidós, Barcelona, 2002.

La utilización del singular también sugiere que la sociedad de la información parece tener lugar en un espacio en el que ya no existen fronteras, y en el que los Estados-nación pierden atribuciones de gestión y de política, particularmente en el área de las TICs. Al contrario, los Estados continúan siendo los actores fundamentales, si bien se establecen nuevas relaciones con organismos o con formas nuevas, complementarias, de gobernación. Sin espacio, sin fronteras y sin Estados no se entendería el monopolio que tiene Estados Unidos en determinadas actividades de Internet como la asignación de números y de nombres (por medio de ICANN) o la gestión de los servidores raíz.

La distinción entre las definiciones no es tan importante, porque de lo que realmente se quiere dar cuenta es de que las TICs pueden ser utilizadas para crear y compartir información, que es la condición previa a la toma de decisiones y del conocimiento.

Un problema, no de naturaleza menor, es que cuando se habla de las TICs se las identifica sobre todo con la telefonía móvil e Internet, y se olvidan los medios tradicionales (radio o televisión) que continúan siendo instrumentos válidos de comunicación y de participación, especialmente en los países en desarrollo. Incluso, a veces el acceso a las TICs comienza con ellos.

6. SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO, PERO MENOS

Mientras se habla de acceso a la sociedad de la información, se restringe la difusión de las informaciones mediante las reglas del *copyright* y de las patentes. La regulación de la monopolización del saber es contestada desde siempre por los países en vías de desarrollo. Recientemente, en el 2004, Argentina y Brasil propusieron un proyecto de reforma de la OMPI (Organización Mundial sobre la Propiedad Intelectual), al considerar que esta se ocupa fundamentalmente de las cuestiones económicas, en detrimento del resto. Lo que se busca es encontrar un nuevo equilibrio entre la monopolización del saber y la defensa económica de los creadores y de los inventores con el acceso a bienes públicos globales, como el conocimiento.²⁴

24. A. Mattelart, «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», *EPTIC*, vol. VII, núm. 6, sep-dic, Brasil, 2005, p. 14.

En la conferencia de la OCDE²⁵ sobre el futuro de la industria de los contenidos, que tuvo lugar en Roma los días 30 y 31 de enero del 2006, esta oposición fue patente entre los defensores de los nuevos procedimientos de protección de los derechos (los DRM: Digital Rights Management), apoyados por las empresas tradicionales de contenidos, especialmente de música y de películas, y sostenidas por la Administración norteamericana, que defienden la necesidad de tecnologías DRM para proteger los derechos de los creadores, de forma que les permita limitar el acceso a los contenidos, a la vez que facilitan nuevos modelos de financiación que van desde las descargas de artículos individuales a la suscripción de servicios. En el otro lado se sitúan los que, además de promover los contenidos generados por el usuario, promueven soluciones como las de Creative Commons, que constituyen métodos alternativos de acceso y de difusión de contenidos, de los que la BBC Creative Archive constituye un buen ejemplo.

La idea básica y motriz del dominio público de la información²⁶ reside en que «la propiedad y el manejo compartido de un recurso permitirá un uso más productivo e innovador de ese recurso»²⁷. En otras palabras, si la información se comparte entre todos, se obtendrán mayores frutos, porque podrán utilizarla más personas. Este axioma, aplicable a todos los campos del conocimiento humano, cobra una vital importancia si se tiene en cuenta la desigualdad que se produce entre los países ricos y los países en vías de desarrollo.

A pesar de que los avances tecnológicos hacían presuponer que se ampliarían las posibilidades de acceso universal a la información y que cada ciudadano se convirtiera en proveedor de contenidos, resulta, sin embargo, que el dominio público se encuentra amenazado por la agresiva estrategia de los grupos de comunicación, los propietarios de los derechos de autor.

25. Cf. M. Geist, «The Digital Road Leads Out of Rome». *En eGov monitor*, 13 de febrero del 2006.

26. El dominio público de la información busca que sea fácilmente accesible a todas las personas. Se caracteriza no sólo por la gratuidad, sino que busca que sea beneficiosa para todas las comunidades o personas, lo cual se opone a la privatización de la información. Además, para que pueda ser útil a todas las personas va a significar que la información debe ser de todo tipo. Debe también estar disponible sin plazo, a diferencia de lo que ocurre con las leyes de propiedad intelectual (derechos de autor y patentes).

27. C. Armstrong y H. Ford, *The African Digital Commons. A participant Guide, 2005*, Commons-sense Project, Link Centre, Wits University, Johannesburg, South Africa, 2005, p. 10.

Dada la facilidad que ofrece la digitalización para realizar copias exactamente idénticas al original, que después se pueden distribuir instantáneamente y a escala mundial, por medio de la tecnología P2P, la industria norteamericana y europea, especialmente la musical y la cinematográfica— han desplegado su estrategia dirigida a asegurar sus derechos de autor, lo que limita el uso y las posibilidades del dominio público y, de esta forma, no facilitan el desarrollo de las regiones más desfavorecidas.

Dicha estrategia la plantean sobre dos ejes: emplear DRM (Digital Rights Management o sistema de gestión de derechos digitales) y endurecer las leyes de propiedad intelectual para incrementar los plazos en que una obra se encuentra protegida y, por tanto, se excluye del dominio público.

Esta reacción de los grupos de comunicación para defender sus intereses es problemática por cuanto colisiona con tendencias imparable desde que existe Internet, como la gratuidad. En una época que se caracteriza como de sociedad de la información, nos encontramos con que se quiere prolongar todavía más el período en que una obra se encuentra protegida por los derechos de autor, de forma que se demore más su pertenencia al dominio público. En esta prolongación se prima el beneficio empresarial y solo interesan los derechos de los autores en la medida en que sirven para incrementar los ingresos de la industria²⁸.

Un camino intermedio para resolver la tensión entre los derechos de autor y la gratuidad, de forma que la circulación de la información se incremente, es la aplicación de las licencias Creative Commons —desarrolladas por Lawrence Lessig y otros en 2001 en los Estados Unidos—, que permite a los autores conceder el permiso a los lectores de distribuir y copiar sus creaciones —siempre que mantengan la atribución— y, además, ofrece la opción de establecer si se permite el uso comercial, si se pueden introducir modificaciones, etc., sin pedir permiso al autor por cada uso que se haga.

Por otra parte, Creative Commons tiene una licencia especial para las naciones en desarrollo, que les autoriza a crear obras derivadas de trabajos que estén bajo protección de los derechos de autor. De momento, solo Sudáfrica ha adaptado a su legislación las licencias Creative Commons.

28. B. Kneen, *The Tyranny of Rights*, 2-01-2006, p. 3. Disponible en <http://www.forumonpublicdomain.ca/files/Tyranny%20of%20Rights%20Jan06.pdf> (22-5-2006).

El modelo de acceso libre a las revistas científicas también permite que las personas con un nivel adquisitivo bajo, que constituyen la mayor parte del planeta, pueden acceder al conocimiento. Este nuevo modelo de negocio de este sector editorial consiste en permitir el acceso gratuito a las investigaciones y diferentes trabajos científicos a todo el mundo, sin ninguna limitación. Esta medida garantiza una repercusión mayor de la investigación y una difusión mayor del conocimiento generado por el trabajo en cuestión²⁹. Este modelo requiere nuevas formas de financiación, en las que son los autores o las instituciones quienes pagan por publicar. Las bibliotecas están liderando la creación de depósitos y revistas de libre acceso, añadiendo una nueva función a su tradicional misión de conservar los libros y revistas que se publican.

El principal problema es el del control de la calidad de las investigaciones publicadas. Harris menciona la creencia de diversos académicos de que las publicaciones de libre acceso contienen artículos de menor calidad, opinión a la que es contrario³⁰.

Este modelo conlleva una serie de beneficios, como la reducción de los costes que supone emplear Internet o el proceso continuo de autopublicación y de edición interactiva. Además, se ha constatado un incremento en el número de citas de los trabajos publicados con acceso abierto.

Quedan por explorar mecanismos de gestión de la propiedad intelectual que puedan favorecer a los países en vías de desarrollo y a la comunidad internacional en general, de forma que exista una circulación de la información equilibrada, en todos los ámbitos, y en especial el científico y académico.

29. H. Bosc y S. Harnad, *In a paperless world a new role for academic libraries: providing open access*, Learned Publishing, Vol.18, núm. 2. Abril 2005.

30. Ver E. Harris, *Institutional repositories: is the open access door half open or half shut?*, Learned Publishing, Vol.18, núm. 2, Abril 2005, p. 87.

**Capítulo V.
Nuevas tecnologías.
Nuevas formas de
exclusión: la *brecha
digital***



1. BRECHA DIGITAL

La *brecha digital* puede ser definida como el desigual reparto de las tecnologías que permiten acceder a la información, ya sea entre varios países, ya sea en el interior de un país, incluso desarrollado.

Previamente, debe señalarse que la brecha digital no son dos situaciones que se enfrentan: los que tienen acceso y los que no, sino que, como todo en lo social, implica un continuo de diferentes situaciones. En parte esta confusión puede venir del adjetivo que se utiliza, ya que lo digital se define a partir de sí/no o de 0/1.

Otro problema, que procede también del uso del adjetivo, es que al hablarse de digital, parece que únicamente deban considerarse los nuevos medios (digitales).

Los datos de Europa muestran con claridad las diferencias en equipamiento y en acceso. En los países en desarrollo, las diferencias son aún más grandes¹:

— Los hogares con menores de edad, son más propensos a tener ordenador (70 %) que los que no tienen o tienen hijos independientes (46 %).

— Quienes viven en áreas densamente pobladas tienen más probabilidad de tener ordenador (58 %) que quienes viven en áreas poco pobladas (44 %).

— Quienes viven en regiones cuyo PNB es menor del 75 % de la media de la Unión europea tienen menor probabilidad de tener ordenador (29 %) que el resto (55 %).

— Si se consideran no los hogares, sino los individuos, se constata que los hombres tienen mayor probabilidad de poseer ordenador.

1. Los porcentajes correspondientes a la conexión a Internet son algo menores. Así, mientras que el 54 % de los hogares de los 25 países europeos tiene ordenador, sólo el 43 % está conectado.

Posesión individual de ordenadores, conexión a Internet y banda ancha. 2004

	Ordenador	Acceso a Internet
Todos los individuos	56	47
Hombres	58	51
Mujeres	51	43
16-24	82	75
55-64	15	11
Nivel educativo bajo	31	25
Nivel educativo alto	84	77
Empleado	70	60
Estudiante	92	85
Desempleado	47	40
Área muy poblada	58	51
Área poco poblada	45	38

Fuente: Eurostat, *The Digital Divide en Europe*, Statistic in Focus, 38/2005.

Estos datos muestran la disparidad en la posesión de ordenadores y de acceso a Internet. Si se considerasen los países concretos, se obtendrían la brecha digital interna y la interpaíses. A título de ejemplo, la posesión individual de ordenadores, cuya media es del 55 %, varía entre el 18 % de Rumanía y el 85 % de Islandia. En Turquía la posesión de ordenadores entre las personas de más de 65 años es del 0 %, mientras que en Suecia es el 55 %.

México puede ser considerado un caso paradigmático. En el 2002 había unos catorce millones de usuarios de Internet, que era aproximadamente algo más del 14 % de la población. En este país, la brecha digital tiene connotaciones espaciales y de renta clara. El 13 % de la población, que se considera de renta alta, accede a Internet en un 46 %, mientras que el 73 % de la población, que tiene rentas bajas, únicamente tiene acceso en un 17 %². Como media, en el 2000, un 10 % tenía ordenador.

México muestra claramente las características de acceso y de uso de Internet, las cuales pueden hacerse extensivas al resto de países en vías de desarrollo, a saber:

— Para muchas personas de renta baja, Internet ofrece, de entrada, un limitado interés, de forma que únicamente se relaciona con la novedad, lo que no sucede en las escuelas o centros de formación. Por otro lado, una buena parte de las personas no pueden acceder a algunas de las ventajas de Internet como el comercio electrónico, al no poseer tarjetas de crédito³.

En estos países, la mayoría de las personas acceden por medio de módem, debido a que tienen una baja tele-densidad (México tiene 172 líneas por cada 1000 habitantes). La banda ancha es casi inexistente (alrededor del 1 %), que está sobre todo en las empresas, escuelas, universidades y buena parte de la administración.

Una buena parte del acceso se efectúa en lugares públicos, como cybercafés o telecentros, y el pago se hace generalmente por tiempo (hora). Se da la circunstancia de que los cafés con Internet compiten entre sí por las tarifas, lo que en principio podría abaratar los costes.

Los que entran en la red son fundamentalmente jóvenes que quieren aprender y acceder a los contenidos de Internet y que están muy motivados, porque muchos de ellos tienen algún pariente en otros países, con quienes se comunican por medio del correo electrónico.

2. No se ofrecen datos del resto de la población (14%). Cf. J. Curry y M. Kenney, «Digital Divide or Digital Development?. The Internet in Mexico», En *Firstmonday*, vol. 11, núm. 3, marzo 2006. Disponible en <http://firstmonday.org>.

3. Cf. J. Curry y M. Kenney, «Digital Divide or Digital Development? The Internet in Mexico», En *Firstmonday*, vol. 11, núm. 3, marzo 2006. Disponible en <http://firstmonday.org>.

Los costes de acceso y de telefonía son elevados, incluso en cifras absolutas, ya que el coste del uso de Internet puede situarse en unos 42 €, y por tanto son mayores que en la mayoría de los países de la OCDE.

Existe una clara distinción en la distribución espacial. Mientras que en la ciudad de México, el porcentaje de hogares con teléfono puede llegar al 65 % y el 20% tiene ordenador, en zonas del sur como Campeche, Yucatán, Tabasco y Veracruz, es el 20 % quien tiene teléfono y solo el 4 % ordenador. Esto significa que el mayor uso de Internet se lleva a cabo en las ciudades.

Dadas las ventajas que se le atribuyen a las TICs⁴, los países en vías de desarrollo pueden adoptar una tecnología concreta, sin tener que haber aplicado la anterior versión de esta. En México, el avance con salto de etapas (*leapfrogging*)⁵ se manifiesta en la telefonía. Si en el 2004 tenía 18,1 millones de líneas fijas y 40,1 millones de teléfonos móviles, se puede inferir que en muchas zonas se ha pasado directamente a la telefonía móvil, sin pasar por la fija.

2. AVANCE CON SALTO DE ETAPAS (LEAPFROGGING)

Si se comparan los datos por países se comprueba que el acceso a las TICs es muy desigual. Con la información de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, se observa que en el 2001, 5 países tienen entre 16,50 y 37,19 servidores por 100 habitantes, mientras que la mitad del mundo tiene menos de 0,7 por cada 100 habitantes.

Un dato curioso es que muchos países muestran un tasa de equipamiento de móviles que supera a la tasa de equipamiento de línea fijas. Esto muestra el salto de etapas, ya que han pasado a la telefonía móvil, sin apenas

4. Ver M. P.A. «Thompson, ICT, Power, and Development Discourse: a Critical Anlysis». *Ejisdsc* (2004) 20, 4, pp. 1-26. Disponible en <http://www.ejisdsc.org>. Analizando el discurso del la Banco Mundial, las TIC aparecen como neutrales, con resultados optimistas y comparaciones descontextualizadas (p. ej., como si todos los estudiantes de todos los países fueran idénticos).

5. Cf. R. Davison y otros, «Technology Leapfrogging in Developing Countries: An Inevitable Luxury?». Dep. of Information Systems, City University of Hong Kong. *Ejisdsc* (2000), núm. 1. Disponible en <http://www.ejisdsc.org>.

pasar por la fija⁶. Recordemos que a nivel mundial, el número de teléfonos móviles superó al de teléfonos fijos en el 2002, fecha en la que existían unos 11.000 millones de fijos y 11.500 de móviles. Así, en el Camerún, el ratio de equipamiento de móviles respecto fijos es del 175 % (en España es del 45 %).

El salto de etapas es medible por medio de la proporción de telefonía fija y móvil. Esta es más o menos el 50 % en Barbados, y en la mayoría se da una mayor proporción de teléfonos móviles: en Chile, el 51,1 % de la población tiene teléfono móvil y solo el 16,8 % línea de teléfono fija; en Argentina, el 21,9 % de la población tiene línea fija y el 17,8 % móvil, lo que hace suponer que en los próximos años, en la mayoría de países, los teléfonos móviles superarán a los fijos.

Un indicador de la diferencia es el número de servidores (*hosts*) por 1000 habitantes. Mientras que en Dinamarca es de 2.313 , en Uruguay era de 257 (Argentina: 201; Brasil: 180; Chile:138; Ecuador 3).

El número de usuarios de Internet por cada 10.000 habitantes es muy diverso y desigual. Mientras que en Somalia es de 1, en Mozambique es de 16, en España de 1.851 y en EE. UU. de 5.000. A pesar del incremento en el acceso a infraestructuras y a Internet, los niveles aún quedan lejos de los países industrializados. Por ejemplo, el 10,3 % de la población tiene acceso a Internet, mientras que en EE. UU. esta proporción es del 67,8 %. En el 2003, mientras que en Suecia el 73,6 % tenía línea de teléfono fija, este porcentaje era del 3,7 % en Nicaragua, del 4,6 % en Paraguay, del 28 % en Uruguay y del 27,8 % en Costa Rica, por encima de México (16 %) y Chile (22 %). En telefonía móvil, Chile tenía el 51,1 %, con el mayor porcentaje de la zona (Nicaragua tiene el 8,5 % y Honduras el 5,%)⁷.

En la tabla siguiente se observa el crecimiento experimentado en Latinoamérica con relación a diferentes tasas de equipamiento.

6. Los datos que se enumeran en este apartado proceden de UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003; y en general, salvo indicación en contrario se refieren al año 2001.

7. Datos de Banco de Desarrollo Interamericano, *Dissemination of Information and Communication Technologies for Development: A framework for Action*, 11 de octubre de 2005, pp. 16 y ss.

3. SOBRE LOS USOS DE LAS TICS. BRECHA DIGITAL EN LATINOAMÉRICA

La posesión de aparatos y de acceso a Internet se ha incrementado en Latinoamérica y el Caribe en una gran proporción.

Tasa de equipamiento en Latinoamérica

	1998	2003
Teléfono fijo	10,5 %	16,1 %
Teléfono móvil	4 %	24,6 %
Ordenador	3,9 % (*)	6,6 % (+)
Internet	4,9 % (**)	10,3 % (***)

Fuente: ITU

(*) corresponde a 1999

(+) corresponde al 2002

(**) corresponde al 2000

(***) corresponde al 2005

Estos datos muestran la desigualdad del acceso entre países; sin embargo, esta aparece también en el interior del país. Los datos sobre teledensidad, que es el número de teléfonos fijos por habitante, expresados en porcentaje varían entre 1,23 % de Ghana y el 92 % de Gibraltar. En los países en vías de desarrollo, estas líneas fijas están sobre todo en las ciudades: en Tailandia las ciudades pueden tener una teledensidad del 50 %, lo que significa que por cada dos individuos hay un teléfono, pero en el resto de la nación la teledensidad no llega al 10 %.

Existe una relación inversa entre tarifas de acceso y grado de equipamiento o de conexión. Si se consideran las tarifas anuales de acceso y de uso de Internet, (sobre un uso medio de 30 horas al mes), se observa que en los países en los que la teledensidad es elevada, como Dinamarca, Noruega, Islandia (con una teledensidad del 70 %), la tarifa anual de acceso a Internet, medida en porcentaje per cápita sobre el PNB, es el 5 % en estos países, mientras que en aquellos países en los que la teledensidad es menor del 10 %, las tarifas anuales pueden estar cerca del 80 % del PNB por habitante (caso de Angola, Gabón e Indonesia) e incluso ser mayor del 200 % (Armenia, Bután, Camerún), del 600 % (Benín), hasta llegar a superar el 1000 %, como en el caso de Etiopía.

Otro obstáculo de acceso es el lenguaje. En el 2003, el porcentaje de la población en línea de habla inglesa es del 35,2 %, seguida por el chino (11,9 %), el japonés (10,3 %), el español (8,1 %) y el alemán (6,5 %). Queda por ver la relación entre el número de usuarios de Internet en una lengua y el número de páginas en ese idioma. Parece que debería haber una coincidencia entre ambas variables, pero hoy por hoy es mayor el número de páginas en inglés, que está situado entre el 45 % y el 82 % del total, según el autor⁸.

Cerrar la brecha digital supone una actuación en diferentes ámbitos, ya que los problemas son diversos⁹. Pensando en Latinoamérica, estos se refieren a lo siguiente:

- Falta de capacidad **institucional** para coordinar y promover políticas públicas destinadas a mejorar el acceso y el uso a las TICs. Son sobre todo problemas de descoordinación con los actores privados, así como bajos presupuestos e incluso problemas reglamentarios.
- Limitada cobertura de **conectividad** y costes de acceso altos. Es este un problema que puede ser resuelto en parte con la desregulación del sector para promover la competencia. El problema radica en que en muchos países no cabe pensar en una tasa de teléfonos fijos equivalente a la que pueda caracterizar a los países industrializados, ya que en estos, en el caso de la fija, muchas veces se hizo sobre la base de un monopolio público y con subvenciones cruzadas que primaban a las líneas de telefonía en las zonas rurales. Los costes medidos en proporción del salario mensual es del 1,1 % en EE. UU. y del 40,7 % en Perú (12,1 % en México).
- **Baja tasa de alfabetización** digital y de motivación para interactuar con las TICs. Constituye un factor fundamental, que debe tener en cuenta a todos los niveles de población, especialmente a los más bajos.
- **Pocos contenidos** locales interesantes¹⁰. Incluso habiendo tenido acceso y poseyendo el saber hacer necesario para utilizar los ordenadores y el acceso a Internet, puede no ser interesante si no existen contenidos cercanos y en la misma lengua.

8. UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003, p. 33.

9. Wolf y MacKimon consideran que la brecha digital tiene como bases: insuficientes infraestructuras, políticas inapropiadas o débiles, ineficiencias en la provisión de redes de telecomunicaciones y de servicios, falta de contenidos locales y falta de habilidad para aprovechar los beneficios económicos y sociales que pueden derivar de la aplicación de las TIC. Cf. L. Wolf y S. MacKinnon, «What is the digital Divide?», *TechKnowLogia*, julio-septiembre de 2002. En <http://www.TechKnowLogia.org>.

4. INDICE DE PREPARACIÓN A LAS REDES

Se han elaborado muchos documentos que comparan datos entre diferentes países o que buscan medir la brecha digital en una zona o en el interior de un país. Existen menos que busquen explicaciones o que relacionen aspectos cuantitativos y cualitativos; uno de ellos, de relativa importancia, es el que desarrolla el índice de disposición reticular (*networked readiness*). Aunque no se considera en este texto, merece la pena señalar el esfuerzo del Banco Mundial¹¹ para clasificar los países según diferentes indicadores (crecimiento del sector de las TICs, libertades civiles y entorno gubernamental).

Índice de Networked Readiness Index (NRI)

País		País		País	
EE. UU.	6,50 (1)	España	6,62 (26)	Sudáfrica	3,71 (40)
Islandia	6,03 (2)	Argentina	4,01 (32)	Panamá	3,42 (48)
Finlandia	5,91 (3)	Chile	4,0 (34)	Bolivia	3,04 (67)
Alemania	5,11 (17)	Uruguay	3,80 (37)	Vietnam	2,42 (74)
Japón	4,26 (21)	Brasil	3,79 (38)	Nigeria	2,10 (75)

Fuente: *The Global Information Technology Report, 2001-2002*. World Economic Forum, Oxford University Press, Londres-N.Y., 2002.

El índice se refiere a 75 países, que representan el 80 % de la producción mundial, y pretende reflejar el grado en que una comunidad está preparada para participar en el mundo de las TICs, teniendo en cuenta tanto el uso de las redes (*network use*) como los factores que facilitan el uso (*enabling factors*).

10. Banco de Desarrollo Interamericano, *Dissemination of Information and Communication Technologies for Development: A Framework for Action*, 11 de octubre de 2005, p. 6.

11. Ver <http://www1.worldbank.org/gdln/Programs/kam/technical.htm>. El principal interés es el metodológico, ya que clasifica según el grado de cumplimiento de diversos parámetros, muchos de ellos cualitativos.

Es un índice muy complejo, especialmente para medir los factores facilitadores del uso, ya que considera:

- la calidad y cantidad de infraestructuras y de los equipos necesarios para que sean usadas las TICs;
- el entorno de las políticas relativas a las TICs¹²;
- los aspectos sociales¹³ (su uso en el aprendizaje);
- los aspectos económicos¹⁴ (comercio electrónico, e-gobierno, etc.)

El valor del índice es general, por lo que es importante complementarlo con el detalle de los índices parciales, a partir de los cuales se construye el general. Así, por ejemplo, la India ocupa el puesto 54 en el índice general, pero le correspondería el puesto 44 en los factores económicos.

Ya que se recogen variables como la percepción de cómo afecta la competencia a los precios de los accesos y a la calidad, cabe pensar en aplicar este esfuerzo en la construcción de índices que midan la sostenibilidad de la cultura, es decir, la multiculturalidad, la participación y el diálogo.

La tabla muestra que en primer lugar está EE. UU. con un índice de 5,50, seguido de Singapur (5,40); Chile, con 3,94, es el primero entre los países latinoamericanos.

12. Se construye a partir de datos como costes de acceso a Internet, existencia de competencia que asegura calidad de la conexión y precios bajos, entorno legal que apoya el desarrollo de las TIC, si es asunto prioritario para el gobierno, etc.

13. Inversiones en la formación de los empleados en TIC, calidad de los programas educativos y formativos, acceso a Internet en las escuelas, fuga de cerebros, años de escolarización, tasas de analfabetismo, derechos políticos, calidad de las escuelas públicas, diferencia en calidad entre las escuelas de pago y las públicas.

14. Renta per cápita, participación de las mujeres en la economía, número de días para empezar una nueva empresa, participación de los grupos minoritarios en la economía, confianza en el servicio postal, transacciones electrónicas entre empresas y entre empresas y consumidores, páginas web comerciales, sofisticación del marketing en línea, existencia de servicios gubernamentales en línea, etc.

5. CONTRIBUCIÓN DE SCIADAS

Para medir las diferencias entre países, cabe citar la contribución de Sciadas¹⁵. Este conceptualiza el *infoestado*, que es la suma de los índices *infodensidad* y la *infoutilización* (ver tabla). La infodensidad se refiere a indicadores como el número de servidores o el número de líneas telefónicas; las competencias se refieren a la tasa de alfabetización de los adultos y a las tasas de escolarización. La infoutilización se refiere a los hogares con TV, ordenadores personales por cada 100 hogares, minutos de llamadas telefónicas, etc.¹⁶.

Infoestado			
Infodensidad		Infoutilización	
Redes	Competencias	Penetración	Intensidad
Líneas telefónicas/100 h.	Tasa de alfabetización de adultos	Hogares con TV/100 hogares	Utilizadores de banda ancha/inter-nautas
Espera para línea/líneas principales	Tasa bruta de escolarización:	Líneas telefónicas residenciales/100 hogares	Minutos de llamadas telefónicas salientes/habitante
Líneas numéricas/100 h.	Educación primaria	Ordenadores personales/100 habs.	Minutos de llamadas telefónicas salientes por habitante
Móviles/100 h.	Educación secundaria	Internautas por cada 100 h.	
Abono cable/100 hogares	Educación superior		
Servidores/1000 h.			
Servidores seguros/servidores			
Ancho de banda internacional (Kps por habitante)			

Fuente: G. Sciadas, *De la fracture numérique aux perspectives numériques*, NRC-CNRC, Orbicom, Quebec, 2005, p. 6.

15. G. Sciadas, *De la fracture numérique aux perspectives numériques*, NRC-CNRC, Orbicom, Quebec, 2005.

16. Ver el detalle, en G. Sciadas, *De la fracture numérique aux perspectives numériques*, NRC-CNRC, Orbicom, Quebec, 2005, p. 6.

El interés de este desarrollo conceptual se basa en que propone variables que pueden ayudar a establecer las diferencias entre países. Sin embargo, variables cualitativas fundamentales, como la motivación y el propósito, no son tenidas en cuenta, salvo indirectamente, ya que el grado de educación es uno de los factores que condiciona el uso, siendo la motivación un componente de este. Tampoco se considera el acceso, porque únicamente se considera la parte física, de las conexiones, por lo que falta considerar el cómo y para qué se usan las redes.

6. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y BIENES PÚBLICOS GLOBALES

Las TICs, por cuanto facilitan la producción, distribución y consumo de informaciones, pueden ser descritas como bienes públicos globales (BPG). Este concepto es una ampliación *geográfica* del concepto de bien público, que hasta ahora se definía dentro de un espacio determinado.

Los bienes públicos son aquellos bienes o servicios que cumplen dos características principales: no exclusión y no rivalidad. La no exclusión en los bienes públicos puros implica que resulta imposible excluir a una persona o grupo del disfrute de dicho bien, y la no rivalidad significa que el consumo por una persona de un bien público, no *rivaliza* con el consumo que pueda hacer otra persona de ese mismo bien. Puede agregarse una tercera característica: las *externalidades*, que pueden ser positivas o negativas y surgen de cualquier acción, que no está directamente relacionada con el propósito principal del agente.

El carácter de público le viene por sus características o por sus efectos y no por la titularidad, ya que un bien público puede ser gestionado de manera privada¹⁷. Estas características de los bienes públicos dificultan que se puedan gestionar de manera eficiente por el mercado, por lo que ha sido hasta ahora común la asociación de bienes públicos con titularidad pública, aunque existe una continua presión para que puedan ser gestionados de manera privada.

La televisión generalista terrestre es un ejemplo paradigmático, ya que se dan de forma clara las características de los bienes públicos, pero los avances tecnológicos han permitido que en Europa se creen las televisiones de

17. A. Dubois y J. J. Cortés, *Nuevas tecnologías de la Comunicación para el desarrollo humano*, Cuadernos de Trabajo, núm. 37, Hegoa, Institutos de Estudios sobre desarrollo y cooperación internacional, Bilbao, 2005.

CAPÍTULO V

pago, por medio de la codificación de las ondas. Previamente, en EE. UU., la televisión por cable permitió también una gestión privada de las señales de televisión. También los códigos de país de los dominios son un bien público, tanto para las personas del país determinado como para los ciudadanos del resto de países¹⁸.

En el caso de la información, las externalidades positivas son el efecto red (es mejor para los usuarios cuantos más usuarios haya conectados) y los beneficios que se suelen asociar a la implantación de las TICs. Los negativos son la brecha digital y la exclusión.

Así, la información goza de las características del tipo de bienes que estamos considerando, y las externalidades son importantes. Como muestra Prada, las diferencias en tecnología y en conocimiento son aún mayores que las diferencias económicas (ver tabla). Esto sucede precisamente en aquellos bienes que pueden ser considerados esencialmente bienes públicos, como el conocimiento.

Indicadores (2003)	Valores y ratios		
	(A) Países de OCDE	(B) Países con rentas bajas	Ratio (A)/(B)
Desigualdades económicas (*)			
PNB per cápita	29.570	461	64,2
Formación bruta de capital	6.730,3	101,7	66,2
Comercio per cápita (importaciones+exportaciones)	13.030,9	190,6	68,4
Brecha de acceso tecnológica			
Ordenadores personales por 1.000 habs.	473,0	7,0	
Teléfonos móviles por 1.000	650,0	13,0	50,0
Servidores de Internet securizados	206.710,0	370,0	558,6
Brecha de conocimiento			
Publicaciones científicas por 100.000	72,9	0,8	88,8
Patentes por 100.000	75,4	0,4	197,2
Exportaciones de alta tecnología per cápita	831,6	1,3	645,5

(*): en dólares de 1995

Fuente: Adaptado de Sagasti¹⁹.

Si se considera el número de bases de datos, se llega a la conclusión de que más del 90 % se encuentran en EE. UU. y Europa. Y si se calcula el ratio de número de bases en África o en Asia, con relación a Estados Unidos, en 1992 era de 675 y 159²⁰.

Ahora coexisten BPG a diferentes niveles —desde el local hasta el global— y se generan los problemas de quién y cómo debe gobernarlos, ya que no basta con una mera coordinación de políticas locales o regionales, sino que es necesario que existan mecanismos globales de gobernación. Deben considerarse los problemas de la gobernación en Internet —estándares, gestión de números y nombres en Internet—, que se consideran en otro lugar en este documento.

La Agenda Digital encuentra su justificación en la cooperación y solidaridad necesarias para crear un mundo más justo y equitativo, pero puede basarse también en la concepción de BPG. La mejor manera de reducir las externalidades negativas y de aprovechar las positivas se traducen en un mejor funcionamiento en todos los ámbitos. Si todos los países tienen infraestructuras y acceso a las TICs, los ajustes de los diferentes elementos van a ser más eficientes: puede haber más movilidad y trabajadores, mayor acceso al conocimiento, mayor pluralismo, etc. Si un determinado país produce ciencia, los demás pueden incrementar el avance científico en determinados aspectos. Para ello se necesitan nuevos esquemas de compartir y comunicar los conocimientos.

7. BRECHA DIGITAL SÍ. BRECHA DIGITAL NO

B. Compaine ve en la discusión sobre la brecha digital un componente ideológico o político. Refiriéndose al informe MacBride y a los problemas que proceden de las exportaciones de películas procedentes de la sociedad occiden-

18. «Much more could have been achieved», *Civil Society Statement on the World Summit on the Information Society*, 18-12-2005, p. 7. Disponible en <http://www.wsis-cs.org>.

19. F. Sagasti, F. Prada y A. Espinoza, *Public Finance in a Globalizing World: Peruvian Case Study*, UNDP-Office of Development Studies, 2004. en F. Prada, *Mechanism for Financing the Information Society from a Global Public Goods Perspective*, Instituto del Tercer Mundo, enero de 2005, p. 8.

20. W. Wresch, «Information Access in Africa: Problems with Every Channel», *The Information Society*, núm. 14, 1998, p. 297.

tal, especialmente de EE. UU., cita al finlandés Kaarle Nordenstreng: «una aproximación a estas teorías contiene más manipulación ideológica que ciencia social»²¹. Compaine considera que las tecnologías —como la imprenta y el tren para el transporte del material— han servido para que las personas tengan más acceso a la información.

Las innovaciones se adoptan según el clásico esquema del ciclo de vida del producto²², según el cual los primeros en adoptar una innovación constituyen un grupo muy pequeño, denominado *innovadores y primeros adoptadores*, constituido por personas con alta capacidad adquisitiva, a los que además les gusta lo nuevo. Progresivamente, a medida que los precios descienden, como consecuencia del aumento del número de competidores, el producto es adoptado por el mercado y más personas acceden a él.

Compaine, como muchos otros, opinan que muy pocas personas pudieron permitirse al principio tener teléfono, coche o electricidad, ya que en sus comienzos eran tremendamente caros.

En el caso del teléfono, ha sido fundamental la actuación pública, que se basaba en el servicio universal, para que así pudieran acceder una mayoría de personas, a un coste accesible.

Aunque no se opone tajantemente a las políticas públicas, señala que muchas de las tecnologías o productos se han ido desarrollando sin necesidad de que los gobiernos intervengan. Es el caso del automóvil, que se ha desarrollado sin intervención ni subsidios, aunque sí reconoce que el Estado ha financiado las infraestructuras (autopistas y carreteras). Compaine resume bien la postura liberal de no intervención, cuando apunta que las tecnologías se toman su tiempo, como en el caso del teléfono: «hace falta tiempo para ver una tecnología o una combinación de tecnologías caminar hacia su mercado y costes naturales»²³.

21. B. M. Compaine, «Information Gaps: Myth or Reality?», Program of Information Resources Policy, Harvard University, Cambridge, 1988. Disponible en http://users.primushost.com/~bcompain/information_gaps.htm. (11-11-2004).

22. Es clásico representar el ciclo de vida de un producto mediante una curva en S, o logística. El ciclo de vida del producto puede utilizarse para representar una tecnología, un producto o un modelo concreto. Cf. Ph. Kotler, *Marketing*, Pearson, Madrid 2004, pp. 342 y ss.

23. B. M. Compaine, «Information Gaps: Myth or Reality?», Program of Information Resources Policy, Harvard University, Cambridge, 1988, p. 4. Disponible en http://users.primushost.com/~bcompain/information_gaps.htm. (11-11-2004).

La conclusión que se puede sacar de los escritos de Compaine es que los gobiernos no deben intervenir, especialmente en los estadios tempranos del desarrollo, para lo cual coloca el ejemplo del telégrafo. Si los gobiernos hubieran querido que todas las personas tuvieran acceso al telégrafo, resultaría que no se hubiera desarrollado el teléfono.

Representa a los autores que consideran al mercado como principal, único medio de ajuste, de forma que la brecha digital no constituye en sí un problema, ya que el mercado lo va a resolver²⁴.

Existen otros autores que piensan que sí existe un problema, causado por el propio mercado, porque los ajustes de los que habla Compaine (costes, precios, demanda creciente y generalidad) no se dan automáticamente, o bien es imposible que se den.

Mason y Hacker ofrecen una visión de las teorías relativas a la brecha digital o sus antecedentes, de entre las que cabe citar a Tichenor y su hipótesis de brecha del conocimiento, que se enuncia mediante el argumento de que aunque el conocimiento es adquirible, son las personas más educadas quienes adquieren una mayor cantidad, lo cual es consecuencia del stock de conocimientos que ya tienen, de las redes sociales, así como de mayores habilidades para comunicar estos conocimientos.

Esta hipótesis podría aplicarse en la actualidad, ya que existe una mayor cantidad de informaciones disponibles, pero serían las personas de mayor renta quienes la adquieren a mayor velocidad que los más pobres²⁵.

En medio de las dos teorías podría situarse a E. Rogers. Como Compaine piensa que la adopción de las tecnologías recorre también una curva del ciclo de vida del producto, en S.

Esta curva crece lentamente en la primera fase inicial, para después ir creciendo (fase de crecimiento) hasta llegar a la fase de madurez, a la que le sigue una fase de declive en la demanda. Rogers considera que las brechas

24. S. M. Mason y K. L. Hacker, «Applying Communication Theory to Digital Divide Research», en *IT&Society*, vol. 1, núm. 5, verano de 2003, p. 45.

25. S. M. Mason y K. L. Hacker, «Applying Communication Theory to Digital Divide Research», en *IT&Society*, vol. 1, núm. 5, verano de 2003, p. 47.

aparecen porque continuamente surgen nuevas curvas, de forma que, de nuevo, se repite el proceso: un pequeño número de personas adquiere la nueva tecnología (fase inicial), para más tarde ser adquirida por un número mayor de personas (fase de crecimiento), etc. De esta forma, a mayor velocidad de evolución de la tecnología, más curvas aparecen y más diferencias, ya que cuando algunos están en la fase tercera, de madurez, otros ya están en la fase de crecimiento de la siguiente curva.

Esto es lo que sucede con las conexiones a Internet. Crece el número de personas que acceden a Internet, pero son pocos los que se sitúan en la curva de la banda ancha. Cuando esta esté generalizada, aparecerá otro modo de acceso, al que pocos tendrán acceso, especialmente porque en la fase inicial los precios suelen ser muy elevados.

8. ALFANUMERIZACIÓN Y MOTIVACIÓN

La OCDE considera que el desarrollo de las TICs debe efectuarse en todos los niveles, desde las infraestructuras hasta las habilidades y los contenidos, y más que ahondar en el estudio de estas cuestiones, no desaprovecha la ocasión para proclamar las bondades de la competencia: «Las economías en vías de desarrollo, a menudo, se enfrentan con mayores brechas que las que se encuentran en los países de la OCDE. No obstante, los fundamentos siguen siendo los mismos: primero, la conectividad debe estar disponible a precios asequibles; segundo, los usuarios deben poseer las mínimas habilidades para poder utilizar la tecnología; finalmente, debe haber contenidos y servicios específicos que hagan interesante el conectarse. [...] Los responsables de las políticas de todo el mundo deben examinar las experiencias de los países de la OCDE y adaptar las políticas que han tenido éxito y las reformas a su mercado concreto [...]. Aquellos países en vías de desarrollo que han implementado reformas regulatorias, a menudo muestran mayores tasas de penetración y menores precios que los países, con nivel similar de renta, que no han liberalizado los mercados»²⁶.

Resulta difícil pensar cómo se pueden resolver por mediación del mercado cuestiones fundamentales como la alfabetización, la motivación, etc. No basta con la disponibilidad del acceso. Es necesario considerar los contenidos, la lengua, la alfabetización y la educación. Tendemos a asociar la brecha digital únicamente con las tecnolo-

26. *Information and Communications Technologies, OECD Communications Outlook*, OECD, París, 2005, p. 312 y 313.

gías de la comunicación y a buscar soluciones también digitales²⁷, por ejemplo de acceso, cuando la brecha se cierra únicamente por medio de la inclusión y de la participación. De esta forma brecha digital no significa sino exclusión.

Warschauer muestra las diferencias de alfabetización entre los medios escritos y el acceso a las TICs, que pudiéramos llamar alfabetización digital, ciberalfabetización o alfanumerización²⁸.

Comparación de alfabetización escrita y alfanumerización

	Alfabetización	Alfanumerización
Estadio de comunicación	Escritura, imprenta	Comunicación por medio de ordenador
Era económica	Capitalismo industrial	Capitalismo informativo
Medio físico	Libro, diarios, revistas	Ordenadores
Organización de los contenidos	Novelas, cuentos, ensayos, artículos, informes, impresos, poemas	Sitios web, correo electrónico, mensajes instantáneos, bitácoras
Habilidad de recepción	Lectura	Lectura+interpretación multimedia, búsqueda, navegación
Habilidad de producción	Escritura	Escritura+creación y producción multimedia

Fuente: Adaptado de M. Warschauer, «Reconceptualizing the Digital Divide», *First Monday*, volumen 7, núm. 7, julio del 2002, p. 6.

El concepto de acceso se explica mejor mediante la alfabetización. En el caso de lo escrito, existen libros, diarios y revistas, pero es necesario saber leer para acceder a ellos, y eso sin considerar que a veces hay que tener dinero para adquirirlos.

27. M. Warschauer, «Reconceptualizing the Digital Divide», *First Monday*, volumen 7, núm. 7, julio del 2002. En http://www.firstmonday.dk/issues/issue7_7/warschauer/index.html.

28. Este es el concepto que utiliza J. Echevarria, en «Nuevas tecnologías, sociedad y democracia», *Solidaridad en red*, Hegoa, Bilbao, 2005, p. 18.

Lo mismo sucede con Internet, ya que se necesita poseer las habilidades de recepción y de producción. En caso contrario, no se aprovechan todo el potencial de las tecnologías. En el ámbito de lo escrito, la plena alfabetización no se alcanza con la redacción de un libro, sino con la capacidad de escribir cartas y de redactar otros documentos, profesionales o no profesionales. En el ámbito de Internet, la tarea es compleja porque resulta complicado definir la producción activa, más allá de escribir mensajes de correo electrónicos (que tiene mucha relación con la alfabetización en el ámbito de lo escrito). Se podría también incluir la confección de bitácoras (*blogs*), la utilización de listas de distribución, etc.

Este conjunto de habilidades —conectivas y motivacionales— son las que pueden ser resumidas en la alfabetización digital, anteriormente considerada, al menos en el sentido en que lo define la Oficina Británica de las Comunicaciones (OFCOM), que considera la alfabetización relativa a los medios de comunicación (televisión, Internet, radio y telefonía móvil); por ello, resulta interesante, pues se refiere a los instrumentos disponibles, en este caso en la sociedad británica, si bien se puede aplicar a todo tipo de sociedades con la salvedad de que en cada sociedad van a ser diferentes los medios que se usen. La alfabetización digital «es la habilidad de acceso, comprensión y creación de comunicaciones en una variedad de contextos»²⁹.

No solo con tener acceso físico se eliminan las diferencias, sino que debe potenciarse la alfabetización en las nuevas tecnologías. A partir de la lectura de Van Dijk podemos distinguir varias barreras de acceso, que pueden colocarse según la siguiente secuencia:

Estadios de la secuencia	Habilidad que le corresponde
Existencia de infraestructuras	
Acceso a ordenadores	Habilidades <i>instrumentales</i>
Conexión y uso de las redes	Habilidades <i>conectivas</i> o informacionales
Motivación	Habilidades <i>estratégicas</i>

Fuente: Elaboración propia a partir de J. Van Dick y K. Hacker, «The Digital Divide as a Complex and Dynamic Phenomenon», *The Information Society*, núm. 19, 2003.

29. OFCOM, *Media Literacy Audit. Report on Adult Media Literacy*, Gran Bretaña, 2 de marzo de 2006, p. 4. El interés de este estudio radica en que analiza múltiples facetas de la demanda de los distintos medios de comunicación, y sobre la financia-

Observando la tabla, cabe pensar que si en algún momento falla alguna secuencia, se abre la brecha digital. Si no existen infraestructuras, resulta imposible considerar el resto de las secuencias. Ahora bien, este estadio siempre se puede superar con infraestructuras compartidas, como los telecentros, que permiten acceder a un buen número de personas, sin tener que asociar un acceso a una persona. En algunos casos, puede que no existan las infraestructuras mínimas, como la electricidad, que puede solventarse mediante baterías o pilas.

Una vez que se crean infraestructuras, se consideran los sistemas (*hardware* y *software*) necesarios para poder acceder, y la conexión. Estas tres secuencias son las que, generalmente, se consideran a la hora de medir la brecha digital. Así, la UNCTAD³⁰ considera la conectividad (ordenadores per cápita, número de líneas de teléfono per cápita, etc.) y el acceso (usuarios de Internet per cápita, porcentaje de población alfabetizada, etc.), junto con asuntos del entorno, como la política (competencia en llamadas locales o internacionales) y el tráfico internacional de telecomunicaciones.

La secuencia de la conexión es difícil de medir, porque no basta con cuantificar el número de personas que se conectan a las redes, ya que incluso entre estas personas pueden aparecer fracturas o brechas, por ejemplo por las calidades de conexión (anchura de banda), de forma que se abre una zanja que separa los que acceden por medio de conexiones de muy baja velocidad y los que lo hacen por medio de conexiones de banda ancha. Pero incluso dentro de estos, aparecen fracturas, porque hay grandes diferencias en el manejo y uso de las redes (estrategias de búsqueda, utilización de correo electrónico, bitácoras, etc.), por lo que, a la hora de medir índices de desarrollo de TICs, o de brecha digital debiera considerarse este tipo de habilidades. Estas habilidades se adquieren mediante la formación *ad hoc* y mediante la educación (utilización de los ordenadores y las redes en los establecimientos educativos).

La alfabetización audiovisual y la educación son fundamentales en el entorno de las TICs: «el aprendizaje es un proceso activo por medio del cual las personas construyen su comprensión del mundo que les rodea, por medio

ción y la regulación de estos. Un dato interesante sobre la creación en Internet es que el 13% de los usuarios de Internet tiene su propia bitácora o sitio web.

30. UNCTAD, *Information and Communication Technology Development Indices*, Naciones Unidas, Nueva Cork y Ginebra, 2003. Resulta interesante la revisión de literatura acerca de los índices para medir las TIC (pp. 5-8).

de la exploración, experimentación y discusión. Las TICs son mucho más que el acceso y la transmisión de la información, ya que constituyen un nuevo medio por medio del cual las personas pueden simular, crear, expresar e interactuar»³¹.

Finalmente, la última secuencia está constituida por lo que cabe llamar habilidades estratégicas o motivacionales, es decir, ¿para qué quiere una persona usar las redes? Se trata de mostrar el interés en utilizar Internet, por ejemplo. Puede ser difícil con algunos colectivos, como los ancianos, los marginados, o la personas que tienen fobia a las tecnologías.

9. PARTICIPACIÓN EN LOS ORGANISMOS

Para reducir la brecha digital es necesaria la presencia en las instituciones que gestionan los aspectos técnicos, de contenidos y de cooperación.

La OMPI, la UIT y la UNESCO son organismos en los que la participación es fundamental, porque se discuten experiencias concretas y se puede participar en el debate, de forma que las decisiones puedan ser más favorables a las necesidades específicas de cada país. Se establecen también contactos con personas y organismos que pueden ayudar a poner en práctica políticas de actuación concretas.

El peso de estas organizaciones ha disminuido, debido a que las discusiones y las decisiones tienen lugar en el seno de la Organización Mundial de Comercio (OMC), denominada hasta 1994 GATT. Con ello gana peso el sector privado, en especial las grandes empresas, y se reduce la presencia del sector público en las decisiones de ámbito internacional.³²

31. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are Needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 20.

32. C. J. Hamelink, *ICTs and Social Development: The Global Policy Context*, UNRISD Discussion Paper núm. 116, Octubre de 1999, UNRISD, Ginebra, p. 21.

El Acuerdo Mundial sobre Telecomunicaciones aprobado en 1997 por la OMC es un protocolo que apoya la liberalización de las telecomunicaciones emprendida en 1994, en el Acuerdo de Marrakech. En concreto, promueve que los Estados liberalicen sus mercados de telecomunicaciones³³ y se prohíben las subvenciones cruzadas que han permitido aumentar los precios, por ejemplo de llamadas internacionales, para poder tener precios más bajos en llamadas locales y así fomentar el uso, por ejemplo en zonas rurales³⁴. Este proceso de liberalización de las telecomunicaciones ya había comenzado a mediados de los ochenta en Gran Bretaña y en Estados Unidos, y en los noventa en la Europa continental.

No solamente las infraestructuras y los servicios de telefonía se negocian en la OMC. Los contenidos audiovisuales fueron objeto de duras negociaciones durante la denominada Ronda de Uruguay, en el seno del GATT, durante 1986 a 1994, si bien quedaron temporalmente excluidos. Debido a que la OMC se ocupa de todos los servicios, aún busca llegar a que la comunicación audiovisual sea considerada como un servicio más. Sin embargo, en este ámbito, Europa —con Francia a la cabeza— actúa como freno, pues defiende la *excepción cultural*, para invocar y justificar la promoción de su industria audiovisual, incluso mediante ayudas estatales. Estas ayudas contravienen uno de los principios básicos sobre los que se basa la OMC: el principio de tratamiento nacional, que significa que las empresas nacionales sean tratadas en igualdad, de la misma manera que las extranjeras. Ahora bien, a pesar del esfuerzo en la promoción de las industrias nacionales europeas, la situación de predominio de la industria norteamericana continúa siendo general.

La OMC es reconocida por sus miembros como el organismo internacional para el comercio internacional, que afecta tanto a las cuestiones nacionales como a las internacionales, y es especialmente activa en los derechos de autor y en telecomunicaciones. Así, los TRIPS (aspectos relativos al comercio de los derechos de propiedad intelectual) buscan ser una respuesta al aumento del comercio ilegal (pirateado) de mercancías y a la dificultad de gestionar los derechos de propiedad intelectual e industrial, como consecuencia de las diferentes legislaciones nacionales.

33. C. J. Hamelink , «Did Achieev Anything at All?», *Gazette*, vol. 66, núm. 3-4, p. 284.

34. C. J. Hamelink, *ICTs and Social Development: The Global Policy Context*, UNRISD Discussion Paper núm. 116, Octubre de 1999, UNRISD, Ginebra, p. 5.

Como aproximadamente 93 de los 144 países están en vías de desarrollo, las necesidades de estos países se han tenido en consideración³⁵. No obstante, estos no cuentan con los funcionarios, negociadores, relaciones institucionales (*lobbyists*) y asesores con que cuentan los países más importantes. Por tanto, es de esperar que el resultado de las negociaciones sea favorable a estos últimos.

Con relación a las tecnologías de la información y de la comunicación³⁶, cabe señalar que los países en desarrollo se enfrentan a los siguientes problemas:

- **Falta de conciencia** sobre la importancia que tienen las decisiones sobre las TICs a nivel internacional, sobre las políticas nacionales y la regulación también en este ámbito.
- El incremento de organizaciones que tienen relación con las TICs **dificulta hacer el seguimiento** de las agendas de reuniones y preparar estrategias de intervención, para así poder discutir e influir.
- Falta de **capacidades técnicas**. En muchos organismos se discuten cuestiones que aún quedan lejos para los países en desarrollo: última generación de telefonía móvil, comercio electrónico, etc.
- Es fácil que en estos países no exista la **coordinación necesaria** entre los organismos nacionales que se ocupen de las TI, o que no se coordine de manera efectiva a todas las partes interesadas. Todo ello va a significar que no circula la información necesaria o no se cuenta con las personas necesarias para poder implementar las estrategias de intervención.
- Incluso, pueden existir **barreras financieras**, ya que los costes de acceso a la información, de desplazamientos y de preparación son elevados.

35. R. Mansell y U. Wehn, *Knowledge societies. Information Technology for Sustainable Development*, Oxford University Press, Nueva York, 1998, p. 188.

36. A Roadmap. *Global Policymaking for Information and Communication Technologies*, Implementation Team on Global Policy Participation, G8 Digital Opportunity Task Force, pp. 27 y 28, Sobre los problemas relativos a cada uno de los organismos ver <http://www.markle.org/globalpolicy>.

Capítulo VI. Objetivos de desarrollo del milenio y comunicación



1. OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO Y COMUNICACIÓN

El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, en su Revisión de la Primera Década para la Erradicación de la Pobreza¹, señalaba que desde 1995 se ha articulado un marco de acción para erradicar la pobreza en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Social; erradicación que figura en todas las conferencias y cumbres, y que se ha reflejado de manera especial en la Declaración del Milenio, adoptada en 1989 por los Estados miembros de las Naciones Unidas. Los Estados resolvieron reducir la proporción de personas que viven en la extrema pobreza y hambruna, con una fecha tope: 2015.

Los objetivos del milenio son ocho, subdivididos en dieciocho subobjetivos, a la vez que se formulan cuarenta y ocho indicadores.

Los ocho objetivos² pueden ser resumidos de la siguiente forma:

- Objetivo 1. *Erradicar la extrema pobreza y el hambre*. Aunque en general las tasas se reducen —especialmente en Asia—, en otras zonas, como en el África subsahariana, los pobres son cada vez más pobres. Se han hecho progresos contra la hambruna, pero el crecimiento de la población a un ritmo mayor que la producción agrícola dificulta la consecución de este objetivo. Desde 1990, millones de personas pasan hambre, especialmente en la zona sur de Asia, así como en el África subsahariana, en donde la mitad de los niños menores de 5 años están mal nutridos.

La diferencia entre países para lograr los objetivos puede ayudar a entender algunos de los obstáculos en la reducción de la pobreza. Uno de ellos es que las economías de los países más pobres crecen a un ritmo muy lento. En los noventa, el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo era del 1,5 % anual, tasa que ha mejorado desde el 2000, al pasar al 3,4 % (sobre todo por el crecimiento de las economías la India y China).

1. Economic and Social Council, *Review of the First United Nations Decade for the Eradication of Poverty* (1997-2006), United Nations, 12 de diciembre de 2005

2. Cf. *Objetivos de desarrollo del milenio*, Informe 2005, Naciones Unidas, 2005. Disponible en <http://www.un.org/millenniumgoals>. Ver también <http://millenniumindicators.un.org>.

- **Objetivo 2. Educación primaria universal.** Algunos países en vías de desarrollo lo están logrando. No obstante, en el África subsahariana, menos de dos tercios de los niños asisten a la escuela primaria. En otras regiones, incluyendo el sur de Asia y Oceanía, todavía queda un largo camino por recorrer.
- **Objetivo 3. Promover la igualdad de género y habilitar a las mujeres.** En la escuela primaria de los países en vías de desarrollo, la brecha de género se está cerrando, aunque de manera lenta. Es este el primer paso para reducir las grandes desigualdades que afectan a las mujeres. También en los países desarrollados existe este mismo problema, si bien en menor medida. Valga como dato que a nivel mundial las mujeres representan únicamente el 16 % de las personas que constituyen los gobiernos.

La emancipación de las mujeres constituye uno de los mejores factores de crecimiento económico, social, cultural, etc. Implica asegurar el acceso a la enseñanza de las niñas, fomentando la salud y las prácticas sexuales saludables, fomentando la participación en la vida laboral y en la política, protegiéndola de la violencia, etc. Se trata también de fomentar el autoempleo mediante la oferta de micropréstamos y de nuevas formas de crédito, especialmente entre las mujeres más pobres.

- **Objetivo 4. Reducir la mortalidad infantil.** Las tasas de mortalidad infantil de menores de 5 años se están reduciendo, pero no lo suficientemente rápido: 30.000 menores mueren al día por causas que pueden ser previstas o tratadas.
- **Objetivo 5. Mejorar la salud materna.** Más de un millón de madres mueren al dar a luz o durante el embarazo. En este objetivo se mejora, pero aún existen algunos países en los que dar a luz es muy arriesgado.
- **Objetivo 6. Combatir el SIDA, la malaria y otras enfermedades.** El SIDA ha llegado a ser la principal causa de muerte prematura en el África subsahariana y es la cuarta causa de muerte en el mundo. Aunque aún el SIDA no tiene cura, existen medicamentos que pueden mejorar la calidad de vida de los enfermos y retrasar la enfermedad.

Por otro lado, la malaria y la tuberculosis juntas causan tantas muertes como el SIDA. En el África subsahariana se concentra el 90 % de las muertes por malaria, por lo que es aquí donde deben concentrarse los esfuerzos.

Las enfermedades como la malaria y el SIDA pueden tener efectos devastadores, ya que empobrecen aún más a la región y comprometen su futuro. Así, en el África subsahariana la esperanza de vida se ha reducido de 50 años, en 1990, a 46, en el 2002.

- **Objetivo 7. Asegurar la sostenibilidad medioambiental.** Aunque la mayoría de países se comprometen con el desarrollo sostenible, no parece que el esfuerzo actual sea suficiente. Se progresa en el caso del agua potable, ya que una mayor proporción de personas tiene acceso a ella, pero una buena parte del mundo en desarrollo no tiene saneamiento.

- Objetivo 8. *Participación global* para el desarrollo. Para alcanzar los Objetivos del Milenio, debe incrementarse la ayuda al desarrollo, reducir la deuda, potenciar la industria, transferir tecnología y mejorar las oportunidades del empleo de los jóvenes en el mundo en desarrollo.

La cuantificación de los Objetivos del Milenio ha supuesto un avance en la planificación y en la cooperación del desarrollo. Cuantificar un objetivo resulta interesante para observar y estudiar los ritmos de cumplimiento en diferentes países y la relación entre objetivos, estrategias y medios, para establecer un manual de buenas prácticas, así como, en su caso, estudiar las causas de por qué no se han alcanzado.

La lucha contra la reducción de la pobreza ha constituido un objetivo que ha conseguido aglutinar y motivar a la comunidad mundial y se puede considerar como un mecanismo pedagógico en materia de desarrollo, porque permite visualizar diferentes acciones tendentes a conseguir un objetivo.

Esta concentración de esfuerzos, con unos objetivos determinados y cuantificables y con plazos concretos, debe ser aceptada como un hito en la historia del desarrollo y de la cooperación. Sin embargo, es criticada porque no es fiel a los principios estipulados en la Cumbre Social, en donde la pobreza se caracterizaba no solo por la escasa renta y consumo, sino también por la exclusión, la marginación y la desigualdad. También en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible del 2005 se señalaba el lento y a veces inexistente progreso hacia la erradicación de la pobreza, a la vez que declaraba la necesidad de acciones urgentes, incluyendo objetivos de desarrollo aún más ambiciosos a nivel nacional y mayores esfuerzos de cooperación internacional. En este sentido, se acordó aumentar en 50.000 millones de dólares anuales la ayuda al desarrollo para el 2010, que sería la consecuencia de alcanzar el objetivo del 0,7 % del PNB de los países desarrollados.³

2. IMPLEMENTACIÓN DE LAS TICS PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL MILENIO

La Declaración del Milenio señala que las TICs constituyen una herramienta importante para alcanzar los objetivos, ya que pueden mejorar la educación, la salud y aliviar la pobreza. De los dieciocho subobjetivos, únicamente

³ Economic and Social Council, *Review of the First United Nations Decade for the Eradication of Poverty (1997-2006)*, United Nations, 12 de diciembre de 2005, p. 6.

te el último hace referencia explícita a las TICs: «en cooperación con el sector privado, hacer accesibles los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente de la información»⁴.

Este subobjetivo no especifica ninguna meta concreta. Los indicadores escogidos para monitorizar este subobjetivo son el número de líneas telefónicas, tanto fijas como móviles, el número de ordenadores y el de usuarios de Internet por cada 100 habitantes.

A la vista de estos indicadores, este subobjetivo es de los que más se han desarrollado en la última década. Así, en el Caribe, el número de teléfonos —fijos y móviles por 100 habitantes— ha pasado de 9,8 en 1992 a 52,6 en el 2002; en el mismo período en Latinoamérica, de 7,1 a 27,4, y en el África subsahariana, de 1 a 5,3. Si tenemos en cuenta el conjunto de países, desarrollados y no desarrollados, se pasa de 0,6 móviles por 100 habitantes en 1992 a 18,7 en el 2002, mientras que los fijos han pasado de 11 por cada 100 habitantes a 17,7. La suma de ambos tipos de teléfono ofrece por tanto un crecimiento importante, ya que se ha pasado de 11,6 por cada 100 habitantes en 1993 a 36,4 en el 2002.

Sobre el número de ordenadores, se estima que en 1990 había unos 120 millones y que en el 2002 se han multiplicado por cinco (615 millones). De estas cifras, a los países en vías de desarrollo les corresponde el 10 % en 1992 y el 27 % en el 2002.

En cuanto al uso de Internet, había a finales del 2002 unos 600 millones de usuarios, de los cuales el 34 % corresponde a los países en vías de desarrollo, cuando en 1992 era el 3 %. En el 2002, si se mide el número de personas que tiene acceso a Internet, es de 4,1 de cada 100 personas y del 33,3 % en los desarrollados.

Este crecimiento en infraestructuras y acceso no significa la reducción de la pobreza en la misma medida. Hay consenso sobre la repercusión de las TICs en múltiples actividades, pero resulta prácticamente imposible cuantificar sus efectos en variables económicas o sociales, entre otras razones porque es muy difícil aislarlos de otras variables, como las políticas económicas, industriales, etc.

4. Los datos que siguen proceden de *World Telecommunication Development Report 2003*, ITU, Ginebra, 2004.

Aunque no puede medirse con exactitud la repercusión de las TICs en los diferentes objetivos de la Declaración del Milenio, se comentan a continuación algunas acciones que podrían ayudar a conseguirlos:

- **Objetivo primero.** Reducir a la mitad el número de personas que sufren hambre. El papel de las TICs podría ser ofrecer información sobre cosechas, fertilizantes, plagas, condiciones meteorológicas, etc., que podrían ayudar a incrementar la producción de alimentos, así como aumentar la seguridad de los que trabajan en la pesca.

También puede proporcionar información sobre precios y condiciones de mercado, con lo que los agricultores pueden maximizar sus ingresos y reducir los tiempos de transporte al mercado.

- **Objetivo segundo.** La educación primaria universal. Ya se han puesto en práctica programas de formación de maestros de educación primaria en los países en vías de desarrollo, para aumentar el número de maestros y poder enseñar a un mayor número de estudiantes.
- La utilización de las TICs combinada con los maestros puede ayudar a completar o mejorar la enseñanza en estos países. De nuevo, debe señalarse que cuando se habla de TICs no solo debe pensarse en Internet, sino en todas las formas de comunicación, especialmente la radio y la televisión. En Internet pueden publicarse los textos y materiales que, de otra manera, podrían ser difíciles de conseguir.
- **Objetivo tercero.** Eliminar las diferencias de género en la educación primaria y secundaria.

Las nuevas tecnologías pueden facilitar este objetivo, porque por medio de Internet las mujeres pueden tener las mismas oportunidades de acceso a los contenidos que los hombres.

En muchos países las mujeres se casan a temprana edad y se quedan cuidando su descendencia, por lo que las TICs pueden ayudar mediante la formación a distancia. Indudablemente, esta educación a distancia se puede llevar a la práctica más fácilmente en la educación universitaria, ya que se tiene cierto hábito de estudio y más habilidades que en la educación secundaria o primaria.

- Los objetivos cuarto, quinto y sexto se refieren a la salud: reducción de la mortalidad infantil, mejora de la salud materna y combate contra el HIV/SIDA, malaria y otras enfermedades.

Está comprobado que muchas muertes infantiles se deben a la falta de información y de educación. Internet permite el acceso a información pertinente sobre cómo prevenir y curar enfermedades, algunas de las cuales resultan relativamente fáciles de combatir. El problema, sin embargo, es cómo motivar a las personas para que consulten dicha información. Por ello, en este caso resulta preferible utilizar medios más convencionales, como radio, vídeos y otros métodos, principalmente para la prevención. A la vez, Internet facilita al personal sanitario el acceso a documentación sobre el diagnóstico y el tratamiento de enfermedades, por medio de redes nacionales y mundiales centradas en la salud.

- El séptimo objetivo es sobre la sostenibilidad medioambiental. Las TICs pueden ayudar a mejorar la investigación y la monitorización de problemas claves como la salubridad de las aguas y, en general, del medio ambiente. La disseminación de la información también es importante

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) señala como ventajas de las TICs para alcanzar este objetivo el teletrabajo, la enseñanza a distancia y la compra por Internet, porque permite disminuir la población al no tener que desplazarse para la actividad⁵. Sin embargo, además de ser mínima la reducción, parece que esta utilización corresponde más a los países desarrollados que a los que están en vías de desarrollo.

No se señalan aquí las acciones que pudieran ser transversales, porque persiguen diferentes objetivos. Cabe destacar la existencia de muchos proyectos tendentes a favorecer el acceso de las mujeres a las TICs en los países en desarrollo. Un ejemplo es GenARDIS⁶, busca combatir en África tanto la brecha de género y la que corresponde a las diferencias de vivir en entornos rurales (*brecha de localización*). Uno de los instrumentos es facilitarles el acceso a la telefonía móvil y a Internet, no solo a sus servicios y productos, sino también a información sobre sus precios de compra y venta. Además, pueden consultar información sobre salud, educación, etc.

Las condiciones macroeconómicas no favorecen la salida de la pobreza a los países en vías de desarrollo. Aunque la ayuda oficial al desarrollo ha aumentado en términos nominales; si se descuentan los fondos destinados a situaciones de emergencia, condonación de deuda y reconstrucción, dicha ayuda se sitúa en los mismos niveles que hace una década. Además, la ayuda oficial al desarrollo todavía está lejos del 0,7 % del PNB, ya que la media aún se sitúa en el 0,36 %.

Esto hace pensar que no se puede ser optimista en la consecución de los Objetivos del Milenio, pues, como afirma un informe de la ONU, «la reciente mejora en el crecimiento de muchos pueblos pobres no es suficiente para que les permita alcanzar los Objetivos del Milenio de reducción de la pobreza a la mitad para el 2015, o los otros objetivos de desarrollo internacionalmente aceptados»⁷.

5. *World Telecommunication Development Report 2003*, ITU, Ginebra, 2004, p. 85.

6. ThutongWeekly Newsletter, 22-6-2006. En <http://www.thutong.org.za>

7. *World Economic Situation and Prospects 2006*, ONU, Nueva York, 2006, p. 10.

3. TICS Y CUMBRE MUNDIAL DE LA SI

En el plan de acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información,⁸ en su página segunda, se establecen algunos objetivos relacionados con las TICs que deben alcanzarse antes del 2015 y que por el plazo y la forma recuerdan a los Objetivos del Milenio:

- Utilizar las TICs para conectar aldeas y crear puntos de acceso comunitario.
- Utilizar las TICs para conectar a universidades, escuelas superiores, escuelas secundarias y escuelas primarias.
- Utilizar las TICs para conectar centros científicos y de investigación.
- Utilizar las TICs para conectar bibliotecas públicas, centros culturales, museos, oficinas de correos y archivos.
- Utilizar las TICs para conectar centros sanitarios y hospitales.
- Conectar los departamentos de gobiernos locales y centrales y crear sitios web y direcciones de correo electrónico.
- Adaptar todos los programas de estudios de la enseñanza primaria y secundaria al cumplimiento de los objetivos de la sociedad de la información, teniendo en cuenta las circunstancias de cada país.
- Asegurar que todos los habitantes del mundo tengan acceso a los servicios de televisión y de radio.
- Fomentar el desarrollo de contenidos e implantar condiciones técnicas que faciliten la presencia y la utilización de todos los idiomas del mundo en Internet.
- Asegurar que el acceso a las TICs esté al alcance de más de la mitad de los habitantes del planeta.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) es crítica con los objetivos relativos a las tecnologías de la información y de la comunicación especificados en el plan de acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Son vagos, ya que no se especifica si las conexiones son por medio de líneas de telefonía fija o móvil, y en algún caso son irrealistas. Con relación al primer objetivo —conectar todos los pueblos del mundo—, supondría instalar teléfonos en los aproximadamente millón y medio de pueblos, aún sin conectar, lo cual, en términos monetarios, se traduciría en más de un millardo de dólares, y de más de 6,5 millardos si se tiene en consideración también Internet⁹, por medio de puntos de acceso comunitario. El problema es que, además de los fondos, deben implementarse medidas de alfanumerización, para que el acceso sea efectivo.

8. Documento WSIS-03/GENEVA/5-S, 12 de mayo de 2004.

9. En el caso del teléfono se calcula unos 750 dólares por pueblo, y 4.200 dólares por pueblo en el caso de Internet.

Los objetivos que van del segundo al sexto, inclusive, se refieren a la conexión de universidades, centros de investigación, hospitales y gobiernos centrales y locales. Las conexiones se basan en la existencia de líneas de telefonía, por lo que el primer objetivo es prioritario. El problema no está en la conexión de las universidades y centros de investigación, ni en la de los gobiernos locales o nacionales, sino en los usuarios de esas instituciones. Es fácil que los universitarios accedan a estos servicios, pero el acceso a los sitios web de los gobiernos, que puede facilitar muchas transacciones y peticiones de información sin tener que desplazarse, implicaría la creación de un nuevo objetivo referido a la enseñanza y motivación para acceder a Internet. Curiosamente, no se menciona a las empresas en la universalidad de la conexión.

El objetivo séptimo —adaptación de los currículos de primaria y de secundaria para responder a los retos de la sociedad de la información—, es un objetivo redactado vagamente, al no precisar el significado de la adaptación.

El octavo objetivo —asegurar que toda la población del mundo pueda acceder a la radio y a la televisión— es también impreciso, porque en el servicio hay que considerar dos componentes: cobertura y acceso. En los países en vías de desarrollo, la cobertura, es decir, la posibilidad de recibir la señal de radio o de televisión, alcanza el 94 % en radio y el 88 % en televisión. Si lo que se mide es el número de hogares con radio o televisión, las cifras son muy diferentes y están relacionadas con los niveles de renta¹⁰.

El objetivo noveno es genérico e impracticable. Tiene por objeto fomentar el desarrollo de contenidos e implantar condiciones técnicas que faciliten la presencia y la utilización de todos los idiomas del mundo en Internet. Pero no especifica qué contenidos son los que deben potenciarse. Es un propósito necesario, pero difícil de medir, al no especificarse ni aspectos cualitativos ni cuantitativos. Mayor problema es la utilización de todas las lenguas del mundo, ya que son más de 5.000, muchas de ellas de tradición oral o con muy poca expresión escrita. Es este uno de los grandes problemas de nuestro tiempo: se acepta, apoya y financian ONGs con el propósito de defender y preservar especies de animales en peligro de extinción, pero no sucede lo mismo con el patrimonio de la humanidad tan rico y exquisito como son las lenguas y dialectos. De todas formas, este objetivo no hubiera podido redactarse de manera muy diferente.

10. En los países desarrollados, la cobertura es del 100% en radio y del 99% en televisión.

Finalmente, el objetivo décimo trata de asegurar que la mitad de la humanidad tenga acceso a las nuevas tecnologías. Aquí, se supone que las nuevas tecnologías se refieren a Internet, ya que en telefonía este objetivo ya se ha alcanzado, dado que más del 50 % de la humanidad tiene acceso a un teléfono fijo o móvil. El acceso a Internet, por el contrario es de menos del 20 % de media mundial, por lo que resta mucho por hacer.

4. CONTRIBUCIÓN DE LAS TICS A LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA.

Las TICS pueden contribuir a reducir la pobreza mediante la promoción de la participación y la educación, especialmente la relacionada con prácticas saludables. En principio, pueden ser utilizadas en nuevos proyectos educativos o en la mejora de los ya existentes.

Las TICS ofrecen la ocasión de las personas de las comunidades rurales se emancipen, a pues las acerca a la información y les permite saber utilizarla (previsiones meteorológicas, precios, informaciones prácticas, créditos, etc.). En este sentido, se ha estimado que el coste de acceso a estas informaciones es menor en un 40 % que con los métodos tradicionales¹¹.

Cuando se trata de participación, las TICS, además de servir para unir y comunicar diferentes comunidades (por ejemplo, para formar cooperativas y compartir información sobre todo lo relacionado con la agricultura y la comercialización), sirven para compartir información sobre salud, educación, etc., o para acceder a ella. Esto se puede llevar a cabo por medio de los telecentros, que permiten el acceso y la *alfabetización alfanumérica*. Es más fácil el aprendizaje y la motivación en grupo que de manera individual.

Los telecentros permiten compartir información y aprender a establecer su importancia, y sirven para relacionar objetivos con medios y solucionar así problemas de la comunidades. Los telecentros no tienen por qué limitarse a proporcionar acceso, sino que pueden formar redes con otros telecentros, y así sirvan para habilitar a los miembros de una comunidad, o a una parte de esta, como por ejemplo las mujeres.

11. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 34.

Muchos países han desplegado estrategias de implantación de las TICs, pero no necesariamente han puesto en marcha estrategias tendentes a la reducción de la pobreza.

Una investigación analiza veintiún artículos e informes que tratan sobre las tecnologías de la información y de la comunicación para combatir la pobreza, y destaca como conclusión que las TICs son condición necesaria, pero no suficiente, para erradicar la pobreza¹². Esto significa que, a tenor del estudio detallado de estas veintiuna investigaciones, se puede decir que no basta con desplegar las TICs para conseguir este objetivo.

Se puede decir mucho sobre las bondades de los resultados de la aplicación de las TICs. La mayoría de los estudios sobre el uso de las TICs son metainvestigaciones, porque se basan en el análisis de otras investigaciones, por lo que la primera necesidad que surge es potenciar más los análisis sobre el terreno, con la descripción y análisis de experiencias.

Algunas investigaciones se centran en los objetivos del Milenio y otras en la desigualdad de las rentas, la brecha digital, la falta de acceso al conocimiento, etc., pero se observa que la definición de pobreza es vaga o es tan multidimensional que resulta difícil buscar definiciones operativas para medir las repercusiones de las TICs.

Slater y Tacchi¹³ definen esta multidimensionalidad de la pobreza, por lo que puede decirse que los Objetivos del Milenio se refieren a algunos de los asuntos presentes en dicha definición. La pobreza incluye los aspectos relativos a la información, ya que los pobres no tienen acceso a ella, ni por tanto al conocimiento, ni a la educación,

12. Las conclusiones pueden ser consultadas en <http://www.apdip.net/apdipenote/6.pdf>. El análisis detallado de las veintiuna investigaciones, en <http://www.apdip.net/resources/ict-poverty.reduction/21paperreview.pdf>. APDIP es el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo de Asia y el Pacífico.

13. En D. Slater y J. Tacchi, *ICT Innovations for Poverty Reduction*, Unesco, 2004, se define la pobreza por medio de sus dimensiones: privación material, inseguridad, analfabetismo o falta de educación, falta de habilidad para mantener el status social o participar en sociedad, falta de capital para invertir, restricciones a la hora de elegir e imposibilidad de desarrollar los talentos personales y las aspiraciones, falta de información sobre la salud y dificultades para conseguirla, falta de libertad y estructuras sociales opresivas, y dificultad de satisfacer las necesidades básicas, por lo que resulta difícil poder pensar en aspiraciones e ideales.

ni a la participación política, de forma que el acceso a la información permite emprender el camino de la salida de la pobreza¹⁴. Aquí, las tecnologías de la información y de la comunicación deben intervenir en la medida en que puedan ayudar a facilitar dicho acceso.

Los actuales esfuerzos en el establecimiento de indicadores que midan el impacto de las TICs en los diferentes ámbitos se encuentran con algunas dificultades. «No hay pruebas lo bastante sólidas como para convencer a un escéptico de que las TICs están reduciendo la pobreza, exceptuados unos pocos casos. Además, hay más promesas que realidades, con un especial énfasis en lo que debe hacerse más que en lo que se está haciendo.[...] La evaluación de los resultados de las TICs resulta tradicionalmente problemática porque, incluso en los círculos empresariales, resulta difícil aislar sus efectos [de las TICs] del resto de las actividades que actúan simultáneamente»¹⁵.

Se establece una relación entre las TICs y el crecimiento económico que es conocida como la *provisión digital* (digital provide), que se representa mediante una secuencia. Las TICs proveen información para las decisiones económicas, lo cual hace que los mercados sean más eficientes, lo que a su vez se traduce en mayores ingresos y estos a su vez en crecimiento económico¹⁶. Esta secuencia se representa dentro de un triángulo, en el que la base está constituida por las TICs y el resultado sería el vértice.

Los datos que puedan mostrar alguna relación entre inversiones en TICs y crecimiento de la economía son escasos y se refieren a las economías occidentales. Un estudio de la OCDE, que considera varios países, llega a la conclusión de que las inversiones en TICs durante 20 años han supuesto una contribución al crecimiento del PNB anual del 0,2 % al 0,5 %¹⁷.

14. Ph. Walker, K. McNamara y L. Wallace, *The Significance of Information and Communication Technologies for Reducing Poverty*, Departamento Gubernamental para el Desarrollo Internacional, (DFID), Londres, 2002. Disponible en <http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/ictpoverty.pdf>.

15. «ICT for Poverty Reduction. Necessary but Insufficient», *ADIP e-Note* 6, 2006, p. 2. En <http://www.apdip.net/apdipenote/6.pdf>

16. The Global Information Technology Report 2001-2002. *Readiness for the Networked World*, World Economic Forum, Oxford University Press, 2002, p. 71.

17. A. Gillwald, *Toward an African e-Index*, Research ICT Africa, Witwatersrand University, Johannesburg, 2005, p. 9.

En múltiples informes y documentos se cita el proyecto Grameen¹⁸ de Bangladesh, que consiste en alquilar teléfonos móviles a mujeres de rentas bajas, que utilizan como teléfono público de pago. Más de la mitad de las llamadas recibidas tiene relación con temas económicos, tales como precios, oportunidades de empleo, transacciones de tierras, etc. Se constató que los precios de los productos agrícolas eran mayores en los lugares en los que existía teléfono que en los que no existía. Esto era consecuencia de la mayor información que tenían vendedores y compradores. Además de información económica, el teléfono facilitaba la búsqueda de empleo, disminuía la mortalidad, permitía acceder a cuidados médicos, etc.

Hudock no relaciona la superación de la pobreza con las TICs, sino con la utilización de los medios de comunicación en general¹⁹. Afirma que las reformas que mejoren la gobernación pueden también promover la reducción de la pobreza, por medio de la participación política, económica y social. Esta no se convierte en una opción únicamente basada en la ideología, sino que promueve cambios que se convierten en creación de riqueza y en su distribución.

El problema es que la información y la participación políticas no constituyen una prioridad para muchos países en vías de desarrollo, y la creación o potenciación de un sector fuerte de medios de comunicación es siempre visto como una amenaza al poder establecido. En concreto, los medios de comunicación pueden promover el diálogo entre planificadores y los grupos sociales, de forma que la mismas políticas puedan ser más efectivas, no solo porque los grupos contribuyan a establecer prioridades, sino porque la participación actúa como motivador para aceptar medidas de cambio y como mecanismo de monitorización de las políticas para que se minimice la corrupción.

Por ello, una medida interesante sería que los donantes y cooperantes en los países en vías de desarrollo condicionaran su actuación a que en estos países se dieran pasos hacia el establecimiento de un sistema de medios de comunicación independientes. Con ello se invierte el actual proceso *tecnocentrista* de implantación de TICs hacia uno *mediocentrista*, en el sentido de que un sector de medios actúe como mecanismo democratizador y participativo, lo que, a su vez, reduzca la pobreza.

18. La Grameen Foundation es una ONG de carácter global que combina microfinanzas con nuevas tecnologías. En el 2006, en Ruanda, concede préstamos de 250 dólares para promover el acceso al teléfono en comunidades rurales. Cf. «Village Phones Arrive in Rwanda», 12 de junio de 2006, en ADNnetworks.com.

19. A. Hudock, *Hearing the voices of the poor: Encouraging Good governance and Poverty Reduction through Media Sector Support*, World Learning for International Development, Washington, 2005, p. 7.

**Capítulo VII.
Sobre comunicación
y desarrollo. Del nuevo orden
mundial de la información
y de la comunicación (NOMIC)
a la Cumbre Mundial
de la Sociedad
de la Información (CMSI)**



1. EL NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN (NOMIC)

En la historia de la comunicación internacional desde la segunda guerra mundial pueden distinguirse dos especiales hitos: el NOMIC (nuevo orden mundial de la información y de la comunicación) y la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).

El NOMIC surge en los setenta de la mano de los países no alineados, como respuesta a la doctrina de la *libre circulación de la información (free flow)*, especialmente defendida por los Estados Unidos.

Desde el principio, la UNESCO hizo de la libre circulación uno de sus temas prioritarios mediante la iniciativa tomada por la delegación norteamericana al fundar en 1946, dentro de la Comisión de Derechos Humanos de la ONU, una subcomisión sobre la libertad de información. En 1948 se celebró en Ginebra la conferencia de la ONU sobre la libertad de información.

Sobre el papel, la doctrina de la libre circulación de la información busca promover la paz y el entendimiento, principios que están en la base de los principios fundadores de muchos organismos internacionales creados después de la segunda guerra mundial, pero los países no alineados la interpretaban como una doctrina al servicio de los países más ricos y de los grandes grupos de comunicación. Por ello, frente a la libre circulación de la información, los países no alineados reclamaban un libre y equilibrado flujo de información, de forma que la introducción del equilibrio en la circulación de la información separaba a ambas concepciones de manera radical.

En los setenta tenían lugar las discusiones sobre el NOMIC, auspiciadas por la UNESCO, que se materializaron en el Informe MacBride. Este tiene en cuenta la geopolítica de la información, de la cultura y de la comunicación, al reconocer que las desigualdades de los flujos de información tienen lugar no solo en la esfera internacional, sino también en la nacional, la regional y la local: «Introduce la cuestión del poder y de la hegemonía, mostrando que el intercambio desigual es un proceso tangible y mensurable y que la construcción del *espacio-mundo*, de la *comunicación-mundo* y de un *tiempo-mundo*, acerca a los seres humanos, a la vez que los aleja»¹.

Resulta interesante señalar que los bloques que se enfrentaban durante los setenta eran los países que acababan de alcanzar su independencia política (menos la económica), muchos de ellos asociados al movimiento de los países no alineados, los del tercer mundo y los países del Este. En el otro bloque se encontraba especialmen-

te Estados Unidos, así como poderosos *lobbies* no únicamente norteamericanos (Internacional Advertising Association, grandes grupos de comunicación, etc.), que se oponían a cualquier concreción o plan de trabajo efectivo que llevara a cabo las conclusiones del citado informe.

La reclamación de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación era el anverso de la búsqueda de un nuevo orden económico internacional (NOEI), término acuñado en la cumbre de los países no alineados de Argel, en 1973.

Cada uno de estos movimientos fueron por su lado, por lo que perdieron la visión global que reclaman las cuestiones relacionadas con el desarrollo. Se perpetuaba así la separación entre lo económico y lo cultural y/o comunicativo, y si estas cuestiones se rememoraban, era con un carácter subsidiario, de instrumento al servicio de los objetivos económicos.

La unión entre el NOEI y el NOMIC era clara, porque la producción de los equipos (satélites, aparatos, etc.), las redes de transmisión y los programas estaban en manos del Norte, por lo que lo industrial no puede ser analizado al margen de los contenidos. Con el NOMIC, se quería transformar la visión distorsionada de los países del Sur ofrecida por los del Norte, ya que las noticias que acostumbramos a ver u oír de los países en vías de desarrollo tiene un carácter discontinuo y aislado, al ofrecerse la noticia, muchas veces catastrófica, sin que existan periódicos análisis anteriores ni posteriores.

En esta cumbre de Argel, los países no alineados eran 87 y en el Programa de Acción para la Cooperación Económica se hacía alguna referencia a la comunicación para los países en vías de desarrollo.

En el apartado XIII, se reclamaba:

«a) La reorganización de los circuitos de comunicación actuales, que son una herencia del pasado colonial y que les impide comunicarse libre, directa y rápidamente entre ellos.

1. A. Mattelart, «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», *EPTIC*, vol. VII, núm. 6, sep-dic, Brasil, 2005, p. 4.

- b) Tomar iniciativas con respecto a las medidas comunes para hacer una revisión de los acuerdos multilaterales actuales, a fin de lograr la revisión de las tarifas de cable de prensa y facilitar el establecimiento de comunicaciones más rápidas y menos costosas.
- c) Tomar medidas urgentes para acelerar el proceso de aprovechamiento colectivo de los satélites de comunicación y poner en práctica un código de reglamentación para dirigir su uso.»²

El NOMIC surge por primera vez en Túnez, con ocasión de un simposio de los países no alineados, sobre información, en marzo de 1976, y se oficializa en la Conferencia General de UNESCO de Nairobi, en 1976. En esta conferencia el tema central era el de la doctrina de la libre circulación de información, tema que forma parte de su misión, desde su constitución como agencia en el seno de las Naciones Unidas, en 1946:

«colaborar en el trabajo de avanzar en el mutuo conocimiento y comprensión de los pueblos, mediante todos los medios de comunicación, para lo que es recomendable la libre circulación de ideas, por medio de palabras o imágenes».³

En 1976, la UNESCO encargó a su director general que procediera a un examen general de los problemas relativos a la comunicación en la sociedad contemporánea, a la luz de los progresos tecnológicos y de la evolución creciente de las relaciones mundiales en toda su complejidad y actitud. En esta línea, se creó en 1977 la Comisión MacBride, compuesta por 16 personalidades de distintos países, presididas por Sean MacBride, fundador de Amnistía Internacional, para que elaborara un informe sobre dicha tarea. El informe, conocido como informe MacBride, fue sometido a la Conferencia General de la UNESCO de 1980, en Belgrado, una de cuyas resoluciones define el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación por medio de 11 puntos:

- «1. La eliminación de desigualdades y de los desequilibrios en el campo de la información y de la comunicación.
- 2. La eliminación de los efectos negativos de determinados monopolios, públicos o privados y de las concentraciones de medios.

2. Citado en P. Idoyaga, «La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: un balance crítico», en *Gaia*, núm. 47, Universidad del País Vasco, Leioa, 2006 (en prensa).

3. S. MacBride y C. Roach, «The New International Information Order», en G. Gerbner, H. Mowlana, K. Nordenstrens, *The Global Media Debate. Its Raise, Fall and Renewal*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey, 1994, p. 4.

3. Remoción de los obstáculos internos y externos que se oponen a una circulación más libre y a una más amplia y equilibrada difusión de informaciones e ideas.
4. La pluralidad de fuentes y canales de información.
5. La libertad de prensa e información.
6. La libertad para los periodistas y profesionales de los medios de comunicación; libertad que es inseparable de la responsabilidad.
7. La capacidad de los países en desarrollo para mejorar sus propias situaciones, especialmente en lo que respecta a equipos propios, capacitación personal, mejora de infraestructuras, además de orientar su información y sus medios de comunicación hacia las necesidades y aspiraciones propias.
8. El compromiso por parte de los países desarrollados para ayudar a conseguir estos objetivos.
9. El respeto a la identidad cultural de cada pueblo y al derecho de cada nación para informar a la comunidad internacional de sus intereses, aspiraciones, así como de sus valores sociales y culturales.
10. El respeto al derecho de todos los pueblos a participar en los intercambios internacionales de informaciones, sobre la base de la igualdad, la justicia y el beneficio mutuo.
11. El respeto a los derechos que tiene toda colectividad, los grupos étnicos y sociales, así como de los individuos al acceso a las fuentes de información y a la participación activa en los procesos de comunicación.»⁴

El informe suscitó un importante número de críticas desde dentro y desde fuera. Los países del tercer mundo consideraron que era predominantemente descriptivo y que ofrecía pocas novedades desde el punto de vista de la reflexión teórica. No describía con claridad la génesis de los desequilibrios comunicativos y eran escasas las propuestas sobre la manera de avanzar en la constitución del NOMIC o sobre las formas de impulsar las políticas nacionales de comunicación. Tampoco analizaba las repercusiones de las nuevas tecnologías en los sistemas de comunicación. Desde fuera suscitó vivas reacciones, ya que se le reprochó haber ido demasiado lejos en la denuncia de la concentración de la producción y del control de la información de los países industrializados⁵.

4. Resolución 4/19 adoptada en la XXI sesión de la Conferencia General de la UNESCO, en Belgrado, en 1980. Ver S. MacBride y C. Roach, «The New International Information Order», en G. Gerbner, H. Mowlana, K. Nordenstrens, *The Global Media Debate. Its Rise, Fall and Renewal*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey, 1994, p. 5.

5. Desde su génesis, los EE. UU. han asociado el NOMIC con control gubernamental de los medios. Cada vez que desde el NOMIC se reclamaba un menor desequilibrio, los EE. UU. veían en ello un atentado contra su doctrina del *free flow*. En la Con-

2. DEL NOMIC A LA CMSI

El concepto de sociedad de la información está ausente de las discusiones del NOMIC y es muy recientemente cuando se hace omnipresente. Entre los redactores del informe MacBride, Gabriel García Márquez y Juan Somalia, en los apéndices, se muestran relativamente críticos y matizan que «la comunicación no se reduce a la información. Es un factor determinante de todos los procesos sociales y un elemento fundamental del modo de organización de las sociedades. Este enfoque adoptado en el Informe permite una comprensión más amplia y mejor equilibrada de los problemas pendientes y da a los temas concretos una perspectiva más general, lo cual permite situar el debate general de la comunicación en el contexto global, a la vez político, económico y cultural, que es el que le corresponde»⁶.

Estos mismos autores opinan que en el informe se advierte una tendencia a ensalzar las soluciones tecnológicas a los problemas de la comunicación, para a continuación señalar que la resolución de los problemas no es únicamente cuestión de tecnología, es decir de dinero y de formación.

El Informe MacBride considera que la «comunicación es un servicio [sic] fundamental», que supone la «formulación de unas políticas de comunicación globales, ligadas a los objetivos generales de carácter social, cultural, económico y político [...] La finalidad debe consistir en aprovechar la capacidad específica de cada forma de comunicación, desde las de carácter interpersonal y tradicional hasta las más modernas, en hacer que los hombres y las sociedades sean conscientes de sus derechos, en armonizar la unidad con la diversidad y en fomentar el desarrollo de los individuos y las comunidades en el marco más amplio del desarrollo nacional, en un mundo interdependiente»⁷.

ferencia general de Nairobi, a mediados de los setenta, amenazó con abandonar la UNESCO, si no se retiraba un proyecto de Declaración sobre los medios de comunicación de masas, que consideraban contravenía su doctrina de la libre circulación. C. Roach, «Los EE. UU. y el nuevo orden mundial de la información y de la comunicación», *Telos* 16, Madrid, dic-feb 1989.

6. S. MacBride, *Un solo mundo, voces múltiples*, FCE, Madrid-México, 1980, p. 475.

7. S. MacBride, *Un solo mundo, voces múltiples*, FCE, Madrid-México, 1980, p. 434.

En el NOMIC se subraya, a veces en demasía, la dimensión nacional de las políticas, que si bien durante esa época constituía una reivindicación radical, se queda corta, dado que ciertas acciones deben ser emprendidas, en paralelo en el ámbito internacional, cuando no mundial. En efecto, vemos que en los debates de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en la cumbre de Ginebra (2003) y en la de Túnez (2005), una cuestión básica ha sido la gobernanación de Internet, imposible de regular en la esfera estrictamente nacional. Indudablemente, en la época no faltaban las situaciones que reclamaban la necesidad de la regulación y la gobernanación internacional. En efecto, la asignación de órbitas geoestacionarias de satélites había llegado a una situación que colocaba a los países en vías de desarrollo en un situación extrema. Mientras que las naciones desarrolladas tenían el 10 % de la población y un 90 % del espectro, en los países en vías de desarrollo era a la inversa: 90 % de la población y 10 % del espectro⁸.

3. EL OLVIDO DEL NOMIC

En la década de los ochenta se inaugura una etapa de ruptura y de olvido del informe MacBride, como consecuencia de múltiples factores. Dicha etapa no puede considerarse de fracaso, porque como especifica G. Tremblay⁹, el NOMIC nunca se comenzó a poner en práctica.

En 1983, la salida de Estados Unidos de la UNESCO le restó presupuesto (cerca de un tercio) y legitimidad, pero, además, la propuesta de un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación constituía una alternativa global a la doctrina de la libre circulación (*free flow*), a la que le faltaba definir e implantar un plan de acción concreto.

Cabe considerar otros factores determinantes de que no prosperara el NOMIC, alguno de ellos puestos de relieve por A. Mattelart¹⁰:

—la intolerancia de los Estados Unidos, que defendían la doctrina del libre flujo de información y que centraron el debate en la libertad de los periodistas.

8. Esto era lo que afirmaba en Washington en 1977 Alí Shummo, ministro del Sudán, en el Instituto Internacional de Comunicaciones. J. Gifreu, *El debate internacional de la comunicación*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1986, p. 189.

9. Ver texto de G. Tremblay, en el especial sobre el XXV aniversario del Informe MacBride, en <http://www.portalcomunicacion.org>.

—el oportunismo de la Unión Soviética, que apoyaba al tercer mundo en sus reivindicaciones y las aprovechaba para justificar su cierre comunicativo, ajeno a las influencias extranjeras;

—el oportunismo de algunos países no alineados, que utilizaban el eco de las reivindicaciones del NOMIC, como distractor del problema de falta de libertad de comunicación en sus propios países;

—la incapacidad de hacer causa común con los países europeos, a los que siempre ha preocupado la defensa de las televisiones públicas y la promoción de políticas culturales proteccionistas que permitan hacer frente, en especial, a la industria audiovisual norteamericana;

—la falta de cooperación entre los mismos países del sur, que partían de situaciones políticas, económicas y culturales muy diferentes;

—la preocupación de los países del tercer mundo por los desequilibrios en los flujos comunicativos, de los culpaban a los países del Norte de ser la causa de estos; en ello, colocaban el origen del problema en el exterior, de manera que, al no hacer una *diagnos*is de sus situaciones internas, no los colocaba en el camino de la solución;

—la ausencia de la sociedad civil en las deliberaciones sobre el NOMIC, que no podía intervenir para colaborar en el inventario de problemas y participar en su solución, en tanto que agente fundamental;

—incluso dificultades de orden práctico, como que colocar el énfasis en un nuevo orden implicaba una ruptura semántica con todo lo anterior, lo cual dificultaba la adopción de medidas concretas.

El período pos-MacBride es un período pragmático. Se aprueba el PIDC (Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación), en Belgrado en 1980, con el objetivo de aumentar la cooperación y la ayuda en favor del desarrollo de las infraestructuras de comunicación y de reducir la distancia entre los países en el campo de la comunicación. De esta manera, se busca cumplir con uno de los objetivos del NOMIC: asegurar una mejor circulación y una mejor difusión de la información y de garantizar la diversidad de fuentes y el libre acceso a la información.

10. A. Mattelart, «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», EPTIC, vol. VII, núm. 6, sep-dic, Brasil, 2005, p. 8.

Durante la década de los ochenta, se da un cambio en la temática de las discusiones. De considerar los flujos de informaciones, las políticas nacionales de comunicación y las normas y prácticas profesionales, se pasa a que las tecnologías de la comunicación y de la información ocupen el lugar central.

Esta centralidad de la tecnología que caracteriza los discursos sobre la comunicación en los años ochenta y noventa se dan en un contexto diferente: fin de la guerra fría, desarrollo tecnológico sin par y triunfo del mercado como mecanismo globalizado asignador de recursos, especialmente en las telecomunicaciones.

Además, las discusiones sobre comunicación para el desarrollo se mantuvieron en ámbitos más relacionados con la tecnología. En 1982, la Conferencia de Plenipotenciarios de la UIT de Nairobi, consideró la importancia de las telecomunicaciones como infraestructura para el desarrollo, la creciente importancia de este sector para el progreso social y económico, y los desequilibrios en materia de telecomunicaciones¹¹.

En 1989, en el momento de caer el muro de Berlín y en el que Mijail Gorbachov anunciaba la *glasnot*, la UNESCO vuelve a adoptar los principios liberales que caracterizaban al pre-NOMIC. En efecto, en este año, la XXV Conferencia de UNESCO acordó «alentar la libre circulación de la información» y «reforzar las capacidades de comunicación en los países en desarrollo para acrecentar su participación en los procesos de comunicación»¹².

En los noventa, las autopistas de la información o la sociedad de la información adquieren un carácter central en torno a las cuales giran todas las acciones en los ámbitos nacional e internacional. Durante estos años Estados Unidos se consolida como país hegemónico. Valga como muestra la gobernación de Internet, cuya sede está en ese país a pesar de que la red es un ejemplo de globalización.

Durante estos años, la UNESCO pasa a un segundo plano y son distintos organismos quienes pasan a canalizar las discusiones sobre comunicación: Organización Mundial de Comercio (OMC), Organización Mundial para la

11. Cf. J. Gifreu, *El debate internacional de la comunicación*, Barcelona, Ariel, 1986, p. 190.

12. S. Burch, O. León y E. Tamayo, «Se cayó el sistema». *Enredos de la Sociedad de la Información*, Agencia Latinoamericana de Información, Quito, Ecuador, julio de 2004, p. 30.

Propiedad Intelectual (OMPI), la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones), así como los grupos mundiales de comunicación y los industriales, que actúan como grupos de influencia en estos organismos.

Comparación NOMIC y CMSI

	Nuevo orden mundial de la información y de la comunicación (NOMIC)	Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).
Se fija en	Prácticas de los periodistas Desequilibrio informativo	Productos y tecnologías
Prima	El desequilibrio de la información:	Lo económico: el mercado
Inicia o auspicia	UNESCO y países no alineados	ITU
Origen	Geopolítico Es el complemento del nuevo orden económico internacional	Creación de un entorno favorable a las inversiones en TICs
Período	70s	2003 y 2005
Contexto	A pesar de la doctrina de <i>free flow information</i> , desde 1940 se reforzaba el dominio de los medios occidentales La creciente concentración Control del Norte de tecnologías de producción y de difusión	Desaparición de la guerra fría Desarrollo de las TICs Globalización Control del Norte de tecnologías de producción y difusión de contenidos
Actores	Países no alineados Tercer Mundo UNESCO da cobertura	Sociedad civil Medios comunitarios Sindicatos ONGs
Temas principales	Medios Comunicación Cultura	Gobernación Agenda de solidaridad
Se propone	Un nuevo orden comunicativo Difícil de enunciar en acciones concretas, por la amplitud de sus propuestas	Creación de un fórum sobre la gobernación Plan de Acción del milenio en TICs No progresa la Agenda Digital
Se oponen	EE. UU. Medios privados <i>lobbies</i> : World Press Freedom Committee	Resistencia de EE. UU. a la gobernación fuera de su control

Fuente: Elaboración propia

4. SOCIEDAD CIVIL Y CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La cumbre tuvo lugar en dos etapas. En Ginebra, en diciembre de 2003, y en Túnez, en noviembre de 2005.

Las reuniones tenían carácter tripartito —gobiernos, sociedad civil y empresas—, si bien únicamente los primeros tenían poder de decisión. Las empresas tienen un poder de *lobby* importante porque algunos países, como Estados Unidos, poseen una industria de telecomunicaciones y de contenidos hegemónica y buscan mantener dicha posición, por lo que deben contar con el sector privado. Por supuesto, Europa busca lo mismo para así disputar o compartir parte de la industria mundial de las TICs.

En la cumbre se oficializó la participación del sector privado y de la sociedad civil, considerada como uno de los puntos positivos de la cumbre, ya que se han elaborado propuestas a partir de ángulos e intereses muy diversos: mujeres, *software* libre, sindicatos. Las ONGs han comenzado a denominarse OCS (Organizaciones de la Sociedad Civil), con lo que se quiere dar importancia al carácter civil¹³ más que al carácter de negación de la categoría gubernamental.

El sector privado participa por medio del Comité Coordinador de Interlocutores de Negocios, presidido por la Cámara Internacional de Comercio e integrado por diferentes organismos como el Consejo Empresarial para las Naciones Unidas, la Comisión Global de la Infraestructura de la Información, etc., así como empresas individuales (Sony, Deutsche Telekom...). Al sector privado le preocupa continuar con los procesos de liberalización de las telecomunicaciones, armonizando las diferentes reglamentaciones nacionales, y garantizar la gestión de los derechos de propiedad intelectual.

13. La sociedad civil se asocia en general con los agentes privados. Más en concreto, Wapner y Ruiz la definen como el espacio de la vida asociativa situado por encima del individuo, pero por debajo del Estado. También traspasa los límites estatales e influencia el mundo de la política regional y global. Ver P. Wapner y J. Ruiz (eds.), *Principled World Politics: The Challenge of Normative International Relations*, Rowman & Littlefield, Lanham, 2000. Cit. en A. N. Selian, «The World Summit on the Information Society and Civil Society Participation», *The Information Society*, núm. 20, 2004, p. 206.

La sociedad civil participa en las conferencias de la ONU desde la última década. Sin embargo, dicha participación se vacía entre cumbre y cumbre, y la manera de participar se organiza cada vez de diferente manera; la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información no es una excepción.

Puede señalarse como precedente la Cumbre de Río de 1992 en la que, además de los 1400 representantes de las ONGs que participaban en las negociaciones intergubernamentales, estaban los 17.000 que participaban en un foro paralelo. Después de la Conferencia de Pekín asistieron más de 35.000 representantes internacionales de ONGs. Lo cual significa que los más de 12.000 participantes en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información no consiguieron igualar en participación a estas dos anteriores.

Según A. N. Selian, fue en 1948 cuando las primeras ONGs consiguieron un estatus consultivo, en este caso en el ECOSOC. Tras fijarse las reglas de participación en 1950, se revisaron en 1968, en la Asamblea General de la ONU¹⁴ y, desde entonces, tras unos pequeños retoques a finales de los noventa, dichas reglas han constituido la base de la participación de las ONGs en la ONU.

Ahora bien, aunque se han iniciado los pasos para que la sociedad civil participe en los procesos de toma de decisión, la cooperación internacional continúa teniendo carácter intergubernamental, en el que los otros actores participan en los límites, con lo que se reduce la efectividad de los esfuerzos de las políticas globales.

La sociedad civil ha pasado de actuar dentro de sus respectivos Estados a comenzar a influir en la política internacional, por medio de los organismos de cooperación y por medio de los grandes eventos, como las cumbres. Con ello gana legitimidad para seguir actuando después en el plano nacional.

Las organizaciones de la sociedad civil que participaron en la cumbre fueron fundamentalmente europeas y progresistas en ideología. Ofrecían su aportación ética y social a la sociedad de la información, especialmente el derecho humano a comunicar, a la vez que defendían la promoción de una participación activa. Al mismo tiempo, surgen organizaciones con un grado alto de reconocimiento internacional como la Association for Progressive Communications.

14. Resolución 288 B(X)P. 204

La necesidad de actuación a nivel internacional es reclamada por la sociedad civil en su declaración alternativa a la declaración oficial de la primera parte de la cumbre¹⁵.

En ella se señala que las reglas de juego internacionales juegan un papel primordial en la economía de la información global y, en concreto, que no es aceptable que la regulación global sea efectuada por pequeños grupos de gobiernos y empresas poderosas. También proclaman la necesidad de instituir procedimientos de decisión que faciliten la plena participación de los hasta ahora marginados: países en vías de desarrollo, organizaciones de la sociedad civil, pequeñas y medianas empresas e individuos. En la conclusión señalan que son primero las personas quienes forman la sociedad y es precisamente la sociedad civil quien innova y crea la tecnología, la cultura y los contenidos en la sociedad de la información y el conocimiento. Y son los derechos humanos quienes deben estar situados en el centro de esta sociedad. También en la conclusión reiteran que la sociedad civil debe participar plenamente en la concepción, implementación y operación de la SI.

En el caso de la Cumbre Mundial, la asistencia de la sociedad civil fue importante. Así en la primera fase de la cumbre, de las 855 entidades, más de la mitad correspondía a sociedad civil y ONGs, seguidas por 176 gobiernos, 98 entidades del sector privado, y el resto, agencias especializadas de la ONU y otras agencias intergubernamentales. Ahora bien, si se habla de participación, las cifras, o sus respectivos porcentajes, son menores. Aparte de la participación oficial, debe señalarse que la sociedad civil participó especialmente de manera informal. Esta participación fue restringida porque una buena parte de las recomendaciones no fueron tenidas en cuenta.

Por ello, la sociedad civil redactó dos documentos, uno en cada fase¹⁶, ya que consideraron que los documentos oficiales no reflejan sus intereses ni sus opiniones.

15. Cf. «Shaping information Societies for Human Needs», *Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society*, WSIS Civil Society Plenary, Ginebra 8-12-2003. Ver apartado 2.4.7. Global Gobernante of ICT and Communications.

16. «Shaping information Societies for Human Needs», *Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society*, WSIS Civil Society Plenary, Ginebra 8-12-2003, y «Much more could have been achieved», *Civil Society Statement on the World summit on the Information Society*, 18-12-2005

Los dos temas que interesan más a la sociedad civil son la gobernanza de Internet y la Agenda Digital. Sobre ambos se acordó la creación de sendos grupos de estudio para que presentasen sus conclusiones en la segunda parte de la cumbre, en Túnez. Originariamente, se planteó que las empresas que ganasen la licitación relativa a telecomunicaciones e industrias afines, convocada por organismos públicos, ingresasen en el Fondo de Solidaridad Digital una proporción del 1 % del importe de la licitación.

Puede establecerse que en esta cumbre ha existido una fractura de intereses. Los países desarrollados buscaban la construcción de «un entorno normativo y fiscal favorable a las inversiones privadas en infraestructuras de la red (conexiones a Internet), en servicios de telecomunicaciones y en desarrollo de las TICs, así como un reforzamiento de los sistemas de seguridad en las redes (extensión de normativas contra la “cibercriminalidad”) y prioridad a los “derechos de propiedad intelectual”»¹⁷. Por su parte, los países en desarrollo tenían especial interés en la financiación de la sociedad de la información y la gobernanza.

La participación de la sociedad civil es clave. Una de las reflexiones de la sociedad civil tras la cumbre era sobre la búsqueda de nuevas reglas no burocráticas de acreditación y reconocimiento de las organizaciones de la sociedad civil en el sistema de las Naciones Unidas¹⁸. Instan también a que en el resto de cumbres participen los diferentes partes (*multi-stakeholder* o *multipartícipe*).

5. DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS Y PLAN DE ACCIÓN

En la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, se aprobó una Declaración de Principios y un Plan de Acción. La Declaración consta de 67 párrafos. Los 18 primeros se refieren a la construcción de la sociedad de la información, con especial referencia a los grupos humanos, en general, o algunos en concreto —jóvenes, mujeres, marginados, pobres, habitantes de los países en vías de desarrollo—. En el párrafo primero se

17. P. Idoyaga, «La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: un balance crítico», en Gaia, núm. 47, Universidad del País Vasco, Leioa, 2006 (en prensa).

18. «Much more could have been achieved», *Civil Society Statement on the World summit on the Information Society*, 18-12-2005, p. 15. Disponible en <http://www.wsis-cs.org>.

reconoce que la información y la comunicación son fundamentales para el progreso y el bienestar de los seres humanos, ya que se declara «el deseo y compromiso comunes de construir una sociedad de la información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida»¹⁹.

Algunos principios están claramente destinados al sector privado. Tras señalar que las infraestructuras de red y las aplicaciones de las TICs pueden acelerar el progreso económico y social de los países y de las personas, «se deberían desarrollar y aplicar políticas que creen un clima favorable para la estabilidad, previsibilidad y competencia leal a todos los niveles, de tal forma que atraiga más inversión privada para el desarrollo de infraestructura de TICs»²⁰. De esta forma, en el texto, el primer uso del término *políticas* es asociado con la creación del entorno necesario para atraer la inversión privada. Además, algunos párrafos después se vuelve a subraya el papel del Estado de garante de la competencia, al afirmar que «los gobiernos deben intervenir, según proceda, para corregir los fallos del mercado»²¹.

En la Declaración se explicita que la información de dominio público es esencial para el crecimiento de la SI, pero a continuación se habla de la necesidad de proteger la propiedad intelectual para alentar la innovación y la creatividad, con lo cual se neutralizan ambas declaraciones.

Lo anterior significa que coexisten en el texto diferentes visiones de la sociedad de la información, pero que el problema surge en la medida en que se expliciten medidas tendentes a la potenciación de una u otra visión.

No es este el espacio en donde debe hacerse un análisis profundo de los textos aprobados en las dos etapas, pero parece claro que la Declaración de Principios es un texto que se caracteriza por la improvisación. De todas maneras, al ser considerado como un documento básico de introducción, es en el Plan de Acción en donde debería buscarse o perseguirse la materialización de los principios.

19. Declaración de Principios, párrafo primero.

20. Declaración de Principios, párrafo 23.

21. Declaración de Principios, párrafo 39.

En el Plan de Acción de Ginebra se establecen diez objetivos para alcanzar en el 2015, pero no se concretan los mecanismos de financiación necesarios. Parece necesario buscar nuevos modos de financiación que busquen cerrar la brecha digital, porque parece impensable que los mecanismos de financiación actuales, que no han podido cerrarla, puedan hacerlo en el futuro. Para ello se encarga al Grupo de Trabajo sobre Mecanismos Financieros (GTMF), creado por la ONU, examinar los mecanismos de financiación existentes, cuyos resultados se hicieron públicos en Túnez, en junio del 2005.

En el Programa de acciones de Túnez, se dedica una buena parte de su espacio a la financiación, y, en concreto, a la mejora de los mecanismos financieros en vigor a nivel nacional e internacional. En este sentido, se propone perfeccionar los mecanismos de financiación para que sean previsibles y sostenibles y que preferentemente no tengan una finalidad específica²², lo cual requiere interpretación, ya que el propósito de la Agenda de Solidaridad Digital²³ era crear nuevos mecanismos de financiación, y la creación del Fondo de Solidaridad Digital tiene un destino específico, aunque suficientemente amplio: reducir la brecha digital.

Estos mecanismos tienen diferentes destinatarios. El Programa de Acción busca facilitar el acceso asequible a las TICs, por medio de la reducción de los costes de interconexión. Previamente deben existir infraestructuras, lo cual resulta difícil sin mecanismos específicos de financiación de estas infraestructuras.

6. FINANCIACIÓN

La financiación constituye una cuestión fundamental en la cooperación para el desarrollo. En la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información se reclamaba la creación de un Fondo de Solidaridad Digital, para hacer partícipes a todos los seres humanos de los beneficios de la sociedad de la información, mediante la aportación por

22. Programa de acciones de Túnez, Acción 27.

23. En el Plan de Acción de Ginebra se lee que «La Agenda de Solidaridad Digital tiene por objeto fijar las condiciones necesarias para movilizar los recursos humanos, financieros y tecnológicos que permitan incluir a todos los hombres y mujeres en la Sociedad de la Información emergente». (apartado D, párrafo 27). También la llamada *Agenda Digital*, busca la superación de la brecha digital. Además de la necesaria cooperación internacional, resulta vital la financiación.

parte de los países desarrollados de fondos que complementasen el esfuerzo de los propios países en vías de desarrollo.

Tras considerar los diferentes mecanismos de financiación hoy existentes, Prada estudió la implementación de nuevas formas de financiación que hagan realidad la SI. Entre ellas destacan los mecanismos que buscan gravar actividades relacionadas con las TICs, y que estarían destinadas a financiar exclusivamente acciones relacionadas con las SI, como los impuestos internacionales *bit tax* y *chip tax*.

Se trata de captar fondos mediante la aplicación de un impuesto por megabyte transmitido. Aunque la idea es interesante, no es aceptada por los países desarrollados y es técnicamente difícil de implementar debido a la importancia de medios humanos y técnicos que debieran ser movilizados. Incluso, una tasa que gravara la transferencia de datos e informaciones, afectaría negativamente a los países del tercer mundo, al encarecer aún más sus comunicaciones, ya que en estos países las infraestructuras son escasas y los costes de conexión y acceso son mucho más elevados que en los países desarrollados.

El otro impuesto propuesto es similar pero, en vez de gravar las comunicaciones, se gravan determinados componentes fundamentales en la fabricación de ordenadores, como las memorias, o los procesadores. En este caso, la ventaja sería que son muy pocas las empresas que los fabrican, sobre todo en microprocesadores²⁴, de forma que podría controlarse fácilmente los montantes del impuesto. Sin embargo, aparecen problemas de dos tipos. Uno es de orden político, ya que se debería negociar con los países en donde tiene lugar la actividad de fabricación principal, en este caso EE. UU. y Alemania, a sabiendas de que EE. UU. es reacia a este tipo de impuestos.

Además, dado que la producción de componentes se lleva a cabo en un país y el ensamblaje o las pruebas en otros, deberían buscarse mecanismos de gravamen para los componentes que tuvieran en cuenta los diferentes impuestos de cada país en que se desarrolla una actividad. El 75 % de los 22 millones de dólares, que supuso en el 2003 la cifra de negocios de Intel, corresponde a la fabricación en EE. UU. de microprocesadores, chips, memorias, etc., mientras que el 25 % restante corresponde a Israel e Irlanda. Otras fábricas en Malasia, Filipinas, Costa Rica y China ensamblan y hacen pruebas²⁵.

24. Intel y AMD tienen más del 95% del mercado.

Otro mecanismo de financiación alternativo es el Fondo de Solidaridad Digital, al que contribuirían con carácter voluntario, mediante la aplicación de un impuesto sobre determinados elementos, como ordenadores, *software*, componentes, etc., así como de donaciones de los países desarrollados. Esta opción de financiación es menos interesante porque los fondos tendrían carácter imprevisible, al depender de la voluntariedad, y desde el lado del destino de los fondos, sería fácil que, por parte de quienes tuvieran que asignar fondos, se primaran los proyectos de los que se presumieran resultados visibles y tangibles.

Este Fondo de Solidaridad Digital era consecuencia de la Agenda de Solidaridad Digital incluido en el Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

«La Agenda de Solidaridad Digital tiene por objeto fijar las condiciones necesarias para movilizar los recursos humanos, financieros y tecnológicos que permitan incluir a todos los hombres y mujeres en la sociedad de la información emergente. [...] Para superar la brecha digital, necesitamos utilizar más eficientemente los enfoques y mecanismos existentes y analizar a fondo otros nuevos, con el fin de proporcionar fondos para financiar el desarrollo de infraestructuras y equipos, así como la creación de capacidad y contenidos, factores que son esenciales para la participación en la sociedad de la información»²⁶. Dicho fondo tiene carácter voluntario²⁷, tal y como se adelantaba en la Declaración de Principios de Ginebra²⁸ y en el Programa de Acciones de Túnez para la SI²⁹.

25. F. Prada, *Mechanism for Financing the Information Society from a Global Public Goods Perspective*, Instituto del Tercer Mundo, enero de 2005.

26. *Plan de Acción*, Documento WSIS-03/GENEVA/5-S, párrafo 27, 12 de mayo de 2004.

27. En el Compromiso de Túnez, en el párrafo 31, se apunta que la aplicación del programa de solidaridad digital exige una rápida solución a los problemas de la deuda de los países en vías de desarrollo, así como de un comercio multilateral equitativo, que también pueda estimular el desarrollo; y se estimula a buscar soluciones y mecanismos de carácter internacional para así reducir la brecha digital. Esta declaración contextualiza la actuación del Fondo Digital, y continúa buscando nuevos mecanismos de financiación internacionales, que es lo que está presente en la filosofía de la Agenda Digital. Ver *Compromiso de Túnez*, Documento WSIS-05/TUNIS/DOC/7-S, 15 de noviembre de 2005.

28. *Declaración de Principios de Ginebra*, Documento WSIS-03/GENEVA/4-S, párrafo 61, 12 de mayo de 2004.

29. *Programa de Acciones de Túnez para la Sociedad de la Información*. Documento WSIS-II/DOC/6(Rev.1)-S, párrafo 28, 25 de noviembre de 2005.

7. EL PROGRAMA DE ACCIONES DE TÚNEZ

El Programa de Acciones de Túnez corresponde a la segunda fase de la cumbre y es un documento final, en el que no se recogen las dos aspiraciones fundamentales de la sociedad civil: la gobernación de Internet y la Agenda Digital.

A pesar de que se dedica una buena parte del texto a la necesidad de coordinar los programas de financiación pública (párrafo 24) y de adaptar los mecanismos de financiación ya existentes, creando, en su caso, unos nuevos (párrafos 25 y 26), se recomiendan varias mejoras (párrafo 27), pero no se hace ninguna propuesta concreta, y los firmantes únicamente acogen «complacidos» el Fondo de Solidaridad, creado en Ginebra, que tiene carácter voluntario.

Lo mismo sucede con la gobernación de Internet, a lo cual se dedica la mitad del programa (párrafos 29 a 82). En ellos destaca la importancia de la lucha contra el cibercrimen, el correo basura, el derecho a la privacidad y a la protección de datos, la educación en las TICs, el multilingüismo en Internet, etc. Sin embargo, la única proposición concreta es la solicitud al secretario general de las Naciones Unidas para que convoque en el segundo trimestre del 2006 una reunión del IGF (Foro para el Gobierno de Internet), que tiene carácter consultivo. Es interesante porque se estipula que en este foro deben participar todas las partes interesadas —administraciones, entidades empresariales, sociedad civil y organismos intergubernamentales—, con lo que al menos se cristaliza uno de los logros de la cumbre: la participación de todas las partes implicadas.

El programa se cierra con el compromiso de hacer el seguimiento de los resultados y de los compromisos adquiridos durante la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. En concreto, se pide al ECOSOC que supervise el proceso, a la vez que se pide al secretario general de las Naciones Unidas que presente por medio del ECOSOC un informe sobre la coordinación de los diferentes organismos que componen las Naciones Unidas, para la aplicación de las recomendaciones recogidas en los documentos de la cumbre.

Destaca también el compromiso de trabajar para alcanzar los objetivos establecidos en el Plan de Acción de Ginebra, y de mejorar la conectividad, el acceso universal a las TICs, para, utilizando estas tecnologías, conseguir alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En este sentido, enumera veinte acciones, relativas al acceso, la educación, creación de contenidos, apoyo a las empresas, etc. De ellas, cabe mencionar dos acciones que hacen referencia a los medios de comunicación. Por un lado, explicita que debe promoverse el uso de los medios

tradicionales (radio y televisión), para poder facilitar el acceso al conocimiento en los países en desarrollo; por otro lado se reafirma la independencia, el pluralismo de los medios y la libertad de información³⁰.

En lo que se refiere a la cooperación internacional, no agrega nada a lo especificado en los documentos de Ginebra, ya que explicita:

- Instar a los países para que cumplan los compromisos contraídos en el Consenso de Monterrey (0,7 %).
- Utilizar mecanismos de alivio de la deuda o de cancelación, los cuales podrían utilizarse para financiar proyectos de TICs.
- Fomentar las contribuciones voluntarias.

De esta forma, se puede concluir que muchos de los temas que fueron centrales en el NOMIC, como el pluralismo, la concentración de medios o la profesión del periodista, han desaparecido de las agendas de la Cumbre Mundial y, por tanto, de la sociedad de la información, a pesar de que continúan siendo fundamentales.

Otra profunda diferencia es que el NOMIC estableció una especie de diagnóstico, tal vez omniabarcante, pero del que se deducía la necesidad de profundos cambios. Sin embargo, en la cumbre, a pesar del tiempo y de la energía dedicados, no ha habido diagnóstico, ni reclamo de novedad alguna, como por ejemplo de una nueva sociedad de la información.

8. LA GOBERNACIÓN DE INTERNET

En la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en su fase de Ginebra, se creó un grupo de trabajo sobre la gobernanza de Internet³¹

30. Dentro del epígrafe relativo al pluralismo, se hace mención a la «necesidad de reducir el desequilibrio internacional que afecta a los medios de comunicación, particularmente en lo referente a infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidad humana». Con ello, subraya la vertiente tecnológica y no explicita el significado de las últimas palabras (párrafo 90, apartado o).

Los representantes gubernamentales pidieron al secretario general de las Naciones Unidas el establecimiento de un grupo de trabajo sobre la gobernación de Internet, en principio destinado a la segunda parte de la cumbre en Túnez. Con ello se pretendía estudiar las diferentes opiniones sobre la capacidad que tenían los organismos existentes para regular las políticas relativas a Internet, a nivel global.

En el Plan de Acción de la Cumbre Mundial, en Ginebra, se establecieron cuatro objetivos relativos a la gobernación:

- «—Elaborar una definición operativa de la gobernación en Internet.
- Identificar las cuestiones de política pública relevantes a la gobernación de Internet.
- Desarrollar un común acuerdo sobre los respectivos papeles y responsabilidades de los gobiernos, de las existentes organizaciones intergubernamentales e internacionales y otros foros, así como del sector privado y de la sociedad civil, tanto de los países desarrollados como de los en vías de desarrollo.
- Preparar un informe sobre los resultados de esta actividad para ser presentados de cara a ser considerado y a que se formule la acción apropiada en la segunda fase de la cumbre, en Túnez, en el 2005»³².

El grupo de trabajo sobre la gobernación se creó en octubre del 2004, sobre la base del mandato del secretario general de las Naciones Unidas, tal como se le encargó en la primera fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en Ginebra, durante el 10 al 12 de diciembre del 2003, y comenzó su andadura en noviembre del mismo año³³. La reunión de sus 40 miembros se inauguró con la ponencia de Yoshio Utsumi, secretario general de la UIT, en la que señalaba que el propósito del grupo debería centrarse en la gestión de nombres, direcciones y protocolos de Internet. El grupo definió la gobernación de Internet como «el desarrollo y aplicación por los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, cada uno en sus respectivos

31. Existen algunos precedentes sobre grupos de trabajo sobre la gobernación en Internet. Ver C. A. Alfonso, «Internet Governance. A Review in the Context of the WSIS Process». *Instituto del Tercer Mundo (Item)*, julio 2005, pp. 7 y 8. (Disponible en WSISpapers.choike.org.)

32. *Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*. Disponible en <http://www.wsis.org>.

33. El Grupo de Trabajo sobre la Gobernación de Internet tuvo cuatro reuniones, en Ginebra, entre noviembre de 2004 y junio de 2005.

roles, de principios, reglas, procedimientos, normas compartidas y programas que marcan la evolución y uso de Internet³⁴».

A la vista de la definición, la gobernación va más allá de los nombres y direcciones de Internet —asignados al ICANN (Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números)—, si bien es una de las actividades más visibles.

La definición tiene en cuenta los tres actores presentes en cualquier actividad económica o política (gobiernos, empresas y sociedad civil) y fundamentalmente se identifica con la regulación de Internet (desarrollo y aplicación de leyes, normas, estándares, procedimientos, etc.). La definición incluye también las consecuencias dinámicas de la aplicación de estas leyes y procedimientos, lo cual muestra la importancia de la gobernación. No es solo para gestionar bien Internet, sino que tiene en cuenta que la propia forma de gestionar afecta a la evolución de Internet.

En principio, cuatro son las esferas de actuación de la gobernación de Internet:

- **Infraestructuras y gestión de recursos críticos**, como la administración de los nombres y números, la administración de los servidores raíz, la interconexión, etc. Sobre estos asuntos ya existen organizaciones encargadas. En este apartado, destaca que el sistema actual de los archivos de los servidores raíz está gestionado únicamente por un solo Gobierno (el estadounidense). Por otro lado, la asignación de nombres de dominio va más allá de la cuestión técnica, ya que se considera clave para la defensa y promoción del multilingüismo.
- Cuestiones relativas a la **utilización de Internet**, como el correo no solicitado (*spam*), la seguridad de las redes y el cibercrimen, sobre las que aún no existe la coordinación internacional necesaria para abordarlas; faltan, por tanto, mecanismos para evitar o perseguir delitos cometidos en otras jurisdicciones.

34. Informe del Grupo de Trabajo sobre la Gobernación en Internet, Grupo de Trabajo sobre la Gobernación en Internet, p. 2. Doc. WSIS-II/PC-3/DOC/5-S. Disponible en <http://www.wgig.org>. O, en <http://www.itu.int/wsis>. Ver también C. A. Alfonso, Internet Governance. «A Review in the Context of the WSIS Process», Instituto del Tercer Mundo (Item), julio 2005, Apéndice II-The WGIG Report, punto 10.

A pesar de que existen múltiples acuerdos multilaterales al respecto, las únicas soluciones efectivas vienen de los operadores privados. Es el caso de AOL, que, en marzo del 2006, tenía proyectado comenzar a cobrar a los grandes distribuidores de correo para enviar correo legitimado por medio de Goodmail³⁵. Con ello, el receptor tendría garantía de que el correo electrónico no es correo basura.

- Cuestiones de interés para el **desarrollo de Internet**, como son los derechos de autor. Sobre este particular existen organizaciones a nivel nacional (sociedades de autores) e internacional (Organización Mundial del Comercio, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) pero se plantean cuestiones de difícil resolución. La pregunta fundamental es si el sistema actual imperante de derechos de propiedad intelectual es el más adecuado para ser utilizado también en Internet.

Otra cuestión importante es la libertad de expresión y el derecho a la privacidad. El caso de Google en China constituye un buen ejemplo de los problemas que pueden surgir con relación a Internet. Por un lado, el Gobierno Chino censura determinados contenidos, en un claro atentado contra la libertad de información y expresión, de forma que un usuario desde China utilizando el buscador Google encuentra diferentes contenidos que si lo hiciera desde otro país.

El carácter mundial de los servicios ofrecidos por medio de Internet dificulta la defensa de los derechos a la privacidad y de protección de datos, ya que existen legislaciones nacionales al respecto, pero no a nivel internacional. En todo caso, al igual que sucede con el *spam* o el comercio electrónico, resulta difícil perseguir los delitos cometidos mediante servidores situados en otros países.

- Cuestiones relacionadas con los países en vías de desarrollo. Los países en vías de desarrollo no siempre pueden participar en los organismos decisorios sobre cuestiones relativas a Internet, e incluso aun cuando estuvieran invitados, los costes de desplazamiento y de preparación de documentos podrían ser prohibitivos.

9. MODELOS TEÓRICOS DE GOBERNACIÓN

En la gobernación de Internet los ámbitos y las actividades son tan numerosos que resulta difícil que un solo organismo pueda gestionarlos; la dificultad se incrementa porque no todos los países y áreas tienen las mismas

35. El precio sería de un cuarto de centavo de dólar por cada mensaje. Cf. Ch. Nuttall, «AOL Accused of Planning 'two-tier' Internet», Financial Times, 28-2-2006.

necesidades ni las mismas visiones. Por ello no cabe hablar sino de una etapa de transición en búsqueda de mecanismos de gobernación de Internet y de cuestiones anexas.

Internet Corporation for Assigned Names and Numbers³⁶ (ICANN) es una organización privada sin ánimo de lucro creada por el Departamento de Comercio estadounidense en 1998. Aunque tiene un comité internacional asesor, el Gobierno norteamericano tiene el derecho de veto sobre todas las decisiones, como la creación de nuevos dominios en la web. Está sujeta a las leyes del estado de California y a las federales de EE. UU., y sus poderes están limitados por diferentes contratos y acuerdos entre el Gobierno norteamericano, la propia ICANN y Verisign, que es un operador de telefonía.

Varios países (China, India, Brasil, Cuba e incluso la Unión Europea) argumentan que debido a que Internet es una herramienta global, ningún país debiera poder controlarlo, de forma que las decisiones sobre asignación de números y otros estándares debieran estar en manos de un organismo internacional, como por ejemplo las Naciones Unidas. Viviane Reding, comisaria de la Unión Europea, señalaba que «ningún Gobierno debe afectar la gestión día a día de Internet, ni siquiera el Gobierno norteamericano»³⁷.

El Gobierno norteamericano en junio del 2005, antes de la Cumbre de Túnez celebrada en noviembre del 2005, declaraba que retendría el control sobre Internet, al menos durante un buen período de tiempo³⁸, ya que está convencido de que es el único capacitado para llevar a cabo su misión³⁹.

36. ICANN aprueba los nuevos sufijos en las direcciones web (.com; .info); supervisa la relación entre las direcciones numéricas IP y las direcciones marcadas por los usuarios, crea un directorio de los propietarios de los sitios web y es un actor fundamental en la política internacional referida a Internet.

37. CH. Rhoads, «EU, Developing Nations Challenge U.S. Control of Internet», *The Wall Street Journal*, 25 de octubre de 2005, B1.

38. CH. Rhoads, «EU, Developing Nations Challenge U.S. Control of Internet», *The Wall Street Journal*, 25 de octubre de 2005, B1.

39. Cf. A. Mohamed, «U. S. Renews Contract for Oversight of Internet», en *Washington Post*, 20-5-2005, D01.

Originariamente, el ICANN pretendía estar al margen de las decisiones del Gobierno norteamericano, pero la situación ha cambiado, como cuando el Departamento de Comercio no aprobó la sugerencia del ICANN de crear un nombre de dominio (.xxx) que sirviera para los sitios pornográficos.

Hasta ahora, no ha habido discusiones sobre la gobernación en Internet a nivel global, pero su importancia creciente y el cada vez mayor uso comercial, la sitúa en el centro de atención.

El propósito de repensar la gobernación de Internet tiene una base profunda filosófica, Si Internet es una red global, debe ser gestionada por una organización global y autónoma de cualquier Gobierno. Este es un propósito fácilmente enunciable, pero difícil de conseguir, ya que existen intereses creados. Así, la UIT, utilizando su potencia representativa (representa a 650 compañías de teléfonos y organizaciones y a 90 gobiernos) es una candidata a ocupar un puesto destacado en la gobernación de Internet⁴⁰.

En las discusiones se llegó a la conclusión de que ningún organismo intergubernamental cumple con las condiciones anteriormente expuestas. Ni la UIT está cualificada para gestionar todos los asuntos anteriormente citados, ni tampoco la ONU o alguno de sus organismos puede ser caracterizados de suficientemente transparentes, pluralistas y democráticos.

La forma organizativa de la función de gobernación debiera ser multilateral, transparente y democrática, con participación de los gobiernos, sector privado, sociedad civil y organizaciones internacionales. Dicha forma organizativa debe incluir todas las partes y organismos internacionales e intergubernamentales.

En el informe final del Grupo de Trabajo sobre la Gobernación de Internet se presentan cuatro modelos —a veces generales, siempre incompletos y que además contienen imprecisiones en su formulación, de no fácil interpretación—, que aparecen resumidos en la siguiente tabla:

40. C. A. Alfonso, «Internet Governance. A Review in the Context of the WSIS Process». *Instituto del Tercer Mundo (Item)*, julio 2005. (Disponible en WSIS Papers.choike.org).

Modelos propuestos de gobernanza de Internet

Modelo	Organismo supervisor	Organismo asesor	Relación con ICANN	Otros comentarios
				Carácter del modelo Rol de las Naciones Unidas
1	Consejo Global de Internet, con misión de: Las funciones que actualmente lleva a cabo el Dep. de Comercio de EE. UU. Reemplaza al Comité Asesor Gubernamental de ICANN	Ninguno	Por formalizar	La sociedad civil y el sector privado actúan como asesores Carácter intergubernamental «Anclado a» las Naciones Unidas
2	Ninguno	Fórum pluralista	Aumentar el rol del Comité Asesor Gubernamental de ICANN	No especifica el papel de la SC ni del sector privado Carácter multiactores No especifica el papel de ONU
3	Consejo Internacional de Internet que asume las funciones de ICANN y otras no especificadas	Ninguno	Al asumir el consejo las funciones de ICANN, el Comité Asesor Gubernamental de ICANN es redundante	Subraya que ningún país debe tener un papel preeminente en la gobernanza internacional de Internet No especifica el papel de la SC ni el sector privado Carácter intergubernamental No especifica el papel de ONU
4	Consejo de política global sobre Internet (especialmente técnico) Corporación mundial sobre nombres y números asignados a Internet (Técnico y eco)	Fórum global sobre la gobernanza en Internet	Al ser la corporación responsable de las funciones de la ICANN, esta aparece como redundante	Pone el énfasis en el diálogo entre gobiernos, sector privado y sociedad civil. Estos dos últimos son observadores en el Consejo y en la Corporación. En el fórum son asesores Carácter intergubernamental La corporación «vinculada» a las Naciones Unidas

Elaboración: A partir de la tabla realizada por C. A. Alfonso, «Internet Governance. A Review in the Context of the WSIS Process». Instituto del Tercer Mundo (Item), julio 2005, p.14 y a partir de *Informe del Grupo de Trabajo sobre la Gobernanza en Internet*, Grupo de Trabajo sobre la Gobernanza en Internet. Doc. WSIS-II/PC-3/DOC/5-S, apartados 52 al 7. Disponible en <http://www.wgig.org>.

En la tabla, la columna segunda y tercera se refieren al organismo que tiene carácter supervisor y asesor, la cuarta al papel de ICANN, que siempre es fundamental, ya que ha servido como pivote para la reformulación de los modelos. La quinta columna se refiere a la relación de los organismos con las Naciones Unidas, al papel que ocupan la sociedad civil y el sector privado, y al carácter que tienen estos organismos.

Indudablemente, el modelo dos es el menos complejo en su formulación, porque pivota en torno al ICANN existente, con alguna matización. El resto subordina el papel de ICANN al organismo supervisor.

El más elaborado y complejo es el cuarto que consta de dos organismos (un Consejo y una Corporación) y un Fórum de los dos organismos. El Consejo sería el responsable de las cuestiones técnicas y estándares de Internet, a nivel global, mientras que la Corporación se ocuparía del desarrollo de Internet, en sus aspectos técnicos y económicos. Al ser responsable de la supervisión de las funciones técnicas y operativas de Internet, actualmente llevadas a cabo por el Departamento de Comercio de EE. UU., y al asumir el carácter consultivo del Comité Asesor Gubernamental de ICANN, parece, aunque no lo explicita, que ICANN se quedaría integrado con cambios en esta nueva estructura.

En el informe elaborado por el Grupo de Trabajo de Internet propone la creación de un foro, vinculado a las Naciones Unidas, destinado al diálogo sobre la gobernación de Internet, que permita en pie de igualdad la participación de los países desarrollados y de los que están en vías de desarrollo, y que busque un equilibrio en cuestiones de género, lenguas, cultura, etc.⁴¹. En dicho informe se especificaba que el Fórum no era continuación del grupo de trabajo, por lo que se reduce su papel a mero lugar de discusión y de consultas.

De esta forma, las Naciones Unidas han creado el Forum sobre la gobernación de Internet con el propósito de «continuar la discusión sobre asuntos relativos a las políticas de Internet, consideradas en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, pero que no se resolvieron. También servirá como vehículo para responder a las nuevas cuestiones que surjan⁴². Resulta significativo que las cuestiones que más preocupan a los participantes

41. Informe del Grupo de Trabajo sobre la Gobernación en Internet , Grupo de Trabajo sobre la Gobernación en Internet,. Doc. WSIS-II/PC-3/DOC/5-S. Disponible en <http://www.wgig.org>.

42. La última reunión tuvo lugar en febrero de 2006. Cf. «Building an Internet Governance Forum, Internet Governance Project», 2-2-2006. (ponible en <http://www.internetgovernance.org>.)

del fórum son: el *spam*, el multilingüismo, el cibercrimen, la privacidad, la libertad de expresión, los costes de interconexión, la reducción de la brecha digital y las reglas para el comercio electrónico.

Las misiones del fórum son:⁴³

- Discusión sobre cuestiones de políticas públicas de la gobernación de Internet.
- Facilitar el diálogo entre los diferentes organismos que se ocupan de la gobernación de Internet y discutir asuntos sobre los que no se ocupe ningún organismo.
- Potenciar la participación de todos los actores, con especial énfasis en los países en vías de desarrollo.
- Búsqueda de soluciones a los problemas que surjan del uso o el abuso de Internet.

Este foro, que ha comenzado su existencia, es más o menos el especificado como modelo 2, aunque forma también parte del modelo 4, al constar este de un Fórum Mundial sobre la Gobernación de Internet.

Lo anterior significa que durante un buen período de tiempo va a continuar el modelo actual, centrado en el ICANN. El hecho de la creación del Fórum supone la elección del modelo 2, que es el modelo más similar al actual.

Queda por señalar que, desde el principio, la sociedad civil se situó en la promoción de una aproximación pluralista de la gobernación en la que estuvieran presentes todas las partes implicadas⁴⁴, así como que se potenciaran los nombres de dominio multilingües, porque así permitiría acceder a contenidos en lenguas nativas.

43. Las misiones del forum se especifican en el apartado 72 de la Agenda de Túnez y en el informe del Grupo de Trabajo sobre la Gobernación de Internet (disponible en <http://www.wgig.org>).

Un resumen se encuentra en Cf. *Building an Internet Governance Forum, Internet Governance Project*, 2-2-2006, pp. 1-2. (Disponible en <http://www.internetgovernance.org>.)

44. Se propuso el término *multistakeholder* ('multipartícipe') para expresar esta visión pluralista en la participación de las tomas de decisiones por todos los grupos de interés presentes en la sociedad, y se proponía que este término sustituyera a *multilateral*, que suele ser utilizado como sinónimo de intergubernamental. Cf. C. A. Alfonso, «Internet Governance. A Review in the Context of the WSIS Process». *Instituto del Tercer Mundo (Item)*, julio 2005, p.21.

Capítulo VIII. Comunicación, participación y desarrollo



1. COMUNICACIÓN, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO

La comunicación para el desarrollo es el «uso de las tecnologías y de los procesos de comunicación para llegar a realizar objetivos sociales beneficiosos, haciendo énfasis en el uso de la comunicación para el desarrollo».¹ En la definición está implícita la intervención por parte de administraciones o de una comunidad, por lo que existe intencionalidad —la mejora social, cultural o económica— y la utilización deliberada de las tecnologías, medios y procesos de comunicación, incluyendo la comunicación interpersonal.

Los objetivos de la comunicación para el desarrollo son múltiples y pueden estar relacionados con cualquier actividad económica, social o cultural, aunque tradicionalmente han estado relacionados con actividades económicas, educativas, ecológicas y de mejora de las condiciones de salud.

El campo de la comunicación para el desarrollo tiene dos modelos de análisis y de acción, que no son excluyentes y entre los cuales existe un espacio continuo de posibilidades: el modelo de la difusión y el modelo de la participación.

El modelo de la difusión es un modelo lineal:

Información>>Conocimiento>>Actitudes>>Cambio comportamental

El modelo **participativo** surge como reacción a la información definida como la transmisión vertical desde quien tiene la información hacia quien no la tiene, con el fin de que cambie algún comportamiento.

El modelo participativo busca realizar en la práctica el derecho a recibir información y a comunicar, así como de mejorar la democracia. Se inspira en las tesis del educador Paulo Freire y se basa en que el «propósito del desa-

1. Cf. K. G. Wilkins, «Reshaping Development Communication: Developing Communication and Communicating Development», en *Communication Theory*, 11:4, nov. 2001, p. 385.

rollo es la emancipación de las personas para que tengan un mayor control sobre las decisiones que les afectan y de esta manera potenciar la equidad y las prácticas democráticas»².

La esencia del modelo participativo radica en que es la comunidad quien determina sus necesidades y diseña los medios para satisfacerlas, sin imposiciones exteriores. Ahora bien, aunque los modelos de difusión y de participación se presentan como modelos opuestos, esto es más bien en la teoría, porque en la práctica existen modelos mixtos, que se acercan más a uno u otro.

Es a los pensadores latinoamericanos a quienes se les atribuye un mayor número de objeciones al modelo difusionista, en los términos formulados por Lerner, Rogers, Schram y otros, quienes a su vez aceptaron muchas de las críticas y reformularon sus teorías.

En concreto, reconocían que sus teorías eran simplistas y consideraban al individuo como motor de cambio, e ignoraban los contextos culturales concretos, dado que proponían una teoría general y universal, que enfatizaba los medios de comunicación.

Cabe señalar los presupuestos sobre los que debe basarse cualquier acción relativa a la comunicación para el desarrollo, bajo la óptica de la participación:

- La existencia de la multiplicidad de desarrollos, representada por J. Servaes, que potencia la participación desde abajo y enfatiza los términos de *pluralismo* y *diversidad*. Implica que cada nación o comunidad determine sus propios objetivos y medios de desarrollo.
- El modelo participativo busca la realización del derecho a comunicar y pone el acento en la acción transformadora humana, más que en la tecnología o en las instituciones, ya que ambas, aun siendo fundamentales, son en última instancia creaciones humanas.
- La participación no está exenta de autores que la critiquen. Algunos ven la participación como insuficiente o problemática, si se tienen en cuenta las relaciones de poder: «la comunicación participativa puede ayudar a lle-

2. N. Morris, *Bridging the Gap: An examination of Difusion and Participatory Approaches in Development Communication*. Prepared for the CHANGE project/USAID. The CHANGE Project/The Manoff Group, p. 4.

var a cabo transformaciones en la propiedad de la tierra, o cambios políticos y económicos. [...] De forma que la comunicación participativa es necesaria, pero no suficiente, para alterar las relaciones de poder. En efecto, la comunicación participativa que no está guiada por un objetivo estructural a priori —como pudiera ser la construcción de instituciones de carácter progresivo o la deconstrucción de discursos dominantes— corre el riesgo de disolverse en un ejercicio autocomplaciente o, incluso, el de ser absorbida por una organización elitista, ya existente»³.

Lo anterior hace referencia a la dificultad de implementación de un modelo participativo puro, en el que pudiera darse el riesgo de que se eligieran soluciones que discriminasen a determinados grupos de la comunidad, como por ejemplo a las mujeres. Considerar las relaciones de poder puede ayudar a entender que de las necesidades inventariadas se elijan unas determinadas, que son las que más le afecten a un determinado grupo, especialmente si este tiene poder o capacidad de influencia.

Una dificultad del modelo participativo es la asunción, la gestión y la defensa del modelo por parte de las organizaciones, especialmente las más grandes, porque la comunicación participativa les resulta difícilmente asumible. Dicha dificultad procede no tanto de consideraciones teóricas, en las que pudiera darse algún desacuerdo conceptual, sino de las prácticas, al resultar difícil llevar a cabo el seguimiento y la evaluación de las acciones de comunicación para el desarrollo, que se efectúan en el marco de la participación. Además, no resulta fácil establecer plazos para la finalización de los proyectos que se realizan con esta metodología, con lo que se añade una dificultad a la hora de que las organizaciones justifiquen sus presupuestos y analicen sus acciones.

J. Servaes distingue dos tipos de aproximaciones a la comunicación participativa. Uno, el basado en la pedagogía de Freire, autogestionario, y otro, que es el que se articula en los debates de la UNESCO en los años setenta, especialmente a partir de la reunión en Belgrado en 1977, en torno al acceso a los medios de comunicación y a la participación de las personas en los procesos comunicativos. La principal diferencia entre el modelo de Freire y el de la UNESCO es que en este último se promueve la idea de una progresión gradual, de forma que los proce-

3. R. Huesca cita a G. Hedebrö, B.V. Lozare y M. Nerfin como representantes de esta opinión. R. Huesca, «Tracing the History of Participatory Communication Approaches to Development: A Critical Appraisal», en J. Servaes (ed.), *Approaches to Development Communication*, Unesco, París, 2002, p. 155.

sos de autogestión se posponen o recortan. Servaes con esta dualidad quiere dar cuenta de la dificultad de implementación de los procesos participativos por parte de estos organismos⁴.

Por otro lado, en los proyectos participativos pueden distinguirse dos tipos. Uno, en donde la participación es un medio para alcanzar otro, por ejemplo una mejor salud, y otro, en donde la participación es un medio y un fin, que sucede cuando se busca la emancipación. Conviene especificar que los organismos internacionales están más cerca de la participación como medio que como fin.

Cabe preguntarse si el modelo participativo puro puede utilizarse en todo momento y lugar. Esto quiere decir que pueden existir actividades u objetivos en los que resulta fundamental la utilización del modelo participativo —recordemos que coloca el énfasis en el proceso—, y otros en los que pueden acercarse ambos modelos: el participativo y el difusionista. Este acercamiento es positivo, porque algunos autores asocian el modelo participativo con la eliminación de los medios de comunicación, dado que estos son difusionistas⁵.

El modelo participativo puro, debe utilizarse cuando el fin es la habilitación, el aumento de capacidades grupales, mientras que para otros objetivos, por ejemplo sanitarios, podría utilizarse una estrategia participativa mixta, con algunos de los presupuestos del modelo difusionista.

Podemos acabar este apartado con una cita de Huesca: «el concepto de comunicación participativa para el desarrollo constituye la noción más dinámica y más útil que ha surgido de la superación del paradigma dominante de la modernización. Ha generado un conjunto diverso de trabajos teóricos que han dado lugar a nuevos retos, identificado problemas, realizado documentos y avanzado en la comprensión teórica. Los pasados treinta años

4. J. Servaes y P. Malikhao, «Development Communication Approaches in an International Perspective», en J. Servaes (ed.), *Approaches to Development Communication*, UNESCO, París, 2002, p. 124.

5. Esto es lo que parece sugerir N. Morris en las tablas que propone para comparar los dos tipos de intervención concreta: las del modelo difusionista y las del participativo. N. Morris, *Bridging the Gap: An Examination of Diffusion and Participatory Approaches in Development Communication*. Prepared for the CHANGE project/USAID. The CHANGE Project/The Manoff Group.

de investigación demuestran un progreso sustancial, pero más que esto, dan pistas para continuar avanzando en esta área».⁶

2. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

En la comunicación para el desarrollo se han considerado diversas formas de comunicación, entre las que destacan la comunicación interpersonal entre iguales, la comunicación extensión —la comunicación entre los profesionales, como los médicos—, los medios, fundamentalmente la radio, etc. Posteriormente se han ido sumando otros como el entretenimiento educativo y lo que en su día fueron nuevas tecnologías (vídeo). Hoy, el panorama se amplía con los distintos tipos de televisión —según el modo de financiación, de cobertura, de tecnología, incluida la incipiente TV por móvil—, e Internet, que incluye casi todas las industrias culturales, a la vez que permite la creación de nuevas formas de interacción que sustituyen y complementan a muchas industrias culturales, como es el caso de las bitácoras (*blogs*).

Cabe pensar que cuando se generalicen los soportes y el uso de Internet, podemos ver surgir nuevos modos de interacción y de prácticas que respondan a las necesidades de los países en vías de desarrollo.

Existen distintas aproximaciones para el diseño de estrategias de comunicación. Una de ellas es la PRCA (Participatory Rural Communication Appraisal).

Esta estrategia se construye sobre una definición de comunicación que se caracteriza «por el intercambio de ideas, informaciones, puntos de vista y experiencias entre personas y grupos. En la PRCA, la comunicación es un proceso de doble vía, en que las personas son vistas como fuentes importantes de ideas que merece la pena escuchar e implementar. La pasividad no se contempla en el proceso porque la metodología requiere la cooperación mental activa de todas las personas implicadas hasta que se llega a un común acuerdo»⁷.

6. R. Huesca, «Tracing the History of Participatory Communication Approaches to Development: A Critical Appraisal», en J. Servaes (ed.), *Approaches to Development Communication*, UNESCO, París, 2002, p. 166.

7. Ph. Van der Stichele, «Participatory Rural Communication Appraisal» (Diagnóstico de Comunicación Rural Participativa), Extension, Education and Communication Service. FAO Research, Extension and Training Division. FAO, Julio 1998. La segun-

En este proceso, creado para trabajar en comunidades rurales, todas las personas son tratadas como iguales y la metodología se utiliza para identificar y analizar sus necesidades, sus sentimientos, sus acciones y sus percepciones sobre lo que constituye el desarrollo.

El punto de partida son precisamente las percepciones, ya que para asegurar el éxito de cualquier acción debe existir una visión común de las necesidades, de los objetivos de desarrollo, así como de los pasos que hay que dar. En este proceso se identifican los mensajes y los soportes sobre los que estos van a difundirse. Todo ello significa la emancipación⁸ de la comunidad en cuestión.

Este tipo de metodología se conceptualizó en 1985 en la FAO, para la intervención en medio rural⁹, y se basa en la participación. Esta no es solo un principio interesante desde un punto de vista democrático, sino que significa el aprovechamiento de recursos para mejorar la eficiencia.

La acumulación de experiencias permite mostrar que resulta más efectivo utilizar diferentes instrumentos de comunicación y constituir redes de información y de comunicación. En el caso de los agricultores, estos necesitan conocer las innovaciones que les permitan mejorar la producción, la calidad y la eficiencia, así como tener acceso a la información precisa y en tiempo real sobre precios, reglamentos, etc. En este caso, los aspectos relacionados con la comunicación requieren una multiplicidad de acciones, que busquen el establecimiento de informaciones y comunicaciones continuas, por medio de redes en las que participen los propios agricultores, las universidades, las agencias de cooperación y los técnicos, de cara a que puedan ser informados sobre cualquier innovación, por ejemplo sobre nuevas especies. A la vez se especifican las misiones de cada una de las partes por separado: las universidades pueden formar a técnicos en comunicación; las administraciones pueden organi-

da edición del manual *Participatory Rural Communication Appraisal*, se encuentra en <http://www.fao.org>. El manual también se puede consultar en <http://www.comminit.com/materials/ma2005/materials-2593.html>.

8. *Empoderamiento* se utiliza en este texto como sinónimo de aumento de la capacidad de escoger, de decidir y de actuar. Coloca el acento en el acceso (a la información, al mercado y a las instituciones) y se ha empleado con relación a los pobres y a las mujeres. Una definición precisa se encuentra en:

<http://www.developmentinpractice.org/readers/spanish-readers/yDiversidadSocial/rowlands.htm>.

9. http://www.fao.org/sd/dim_kn1/docs/kn1_0505501d91_en.pdf.

zar cursos y formación de estos técnicos; los propios agricultores pueden organizar su propio sistema de información, etc.¹⁰

3. PARTICIPACIÓN Y DIFUSIÓN

Morris examina 23 artículos y documentos de trabajo relativos a 26 estudios de intervenciones basados en el modelo de la difusión y 13 artículos que hacen referencia a 14 intervenciones relativas a la participación. Los objetivos de los primeros era cambiar comportamientos relacionados con la salud (planificación familiar, salud infantil y SIDA).

Morris asocia modelo de difusión con el objetivo de cambios en conocimientos, actitudes y prácticas y los modos de intervención incluyen programas de televisión, anuncios, panfletos, pancartas y otros materiales escritos. Además de la utilización de estos medios, también se utilizaron a los trabajadores del campo de la salud como transmisores de mensajes. En general, los estudios muestran el éxito, al conseguir mejorar el conocimiento o cambiar las actitudes y los comportamientos.

Mientras que los proyectos difusionistas tenían relación con la planificación familiar y con la salud infantil y el SIDA, los proyectos participativos estaban relacionados con la promoción de la mejora de la salud en general u otros objetivos, más propios del proceso participativo, como «crear una relación de colaboración entre los investigadores, las organizaciones locales y los miembros de la comunidad de cara a facilitar el aprendizaje conjunto y la colaboración»¹¹.

En el caso de las acciones difusionistas, se buscan objetivos concretos, en este caso relativos a la salud, y se dejan para los casos caracterizados como participativos la emancipación, la equidad, la democratización, la creación de liderazgo o la capacidad organizativa.

10. Cf. *Effective Communication between Agricultural Research, Extension and Farmers*, Workshop Report, Organizado por varios organismos, entre ellos la FAO, Ora, Italia, 18-22, 2004, p. 22. Disponible en <http://www.fao.org>.

11. N. Morris, *Bridging the Gap: An examination of Difusion and Participatory Approaches in Development Communication*. Prepared for the CHANGE project/USAID. The CHANGE Project/The Manoff Group, p. 7.

En el modelo difusionista, se utilizan sobre todo los medios de comunicación, el márketing social y el entretenimiento educativo.

El márketing social utiliza las herramientas típicas del márketing, como la investigación sobre los usuarios, la segmentación, la planificación (objetivos, estrategias, acción y evaluación), etc., y muchas de las acciones de comunicación para el desarrollo pueden considerarse acciones de este tipo de márketing.

A veces, se obtienen muchas enseñanzas de la comparación. Dos campañas sobre planificación familiar, en Gambia y en Mali —que combinaban marketing social y entretenimiento educativo— tuvieron resultados muy diferentes. Ambas tuvieron éxito, pero mientras que en Gambia las personas con menos educación aprendieron, cambiaron actitudes y pasaron a la acción, no sucedió lo mismo en Mali.

El entretenimiento educativo combina dos elementos, al incorporar mensajes y contenidos educativos en la programación de entretenimiento, ya sea en radio o en televisión, como por ejemplo mediante un culebrón, una canción, etc., presentados en un formato que no es exclusivamente didáctico. Existen muchos estudios que señalan que el entretenimiento constituye una estrategia de comunicación efectiva en la planificación familiar y en la promoción de la salud¹². Indudablemente una de las razones del éxito es que se conciben para una determinada comunidad local, por lo que las situaciones, los paisajes y las lenguas son familiares.

En los casos de campañas para mejorar la salud, resulta fundamental utilizar la comunicación interpersonal, como complemento de los medios de comunicación, por ejemplo mediante el personal sanitario —comunicación formal—, lo cual puede producir cambios en el comportamiento, en un período corto de tiempo. En otros casos la comunicación interpersonal —más informal— también es garantía de éxito, y en todo caso debe constituir una actividad considerada en las estrategias de comunicación para el desarrollo.

12. Morris, «A Comparative Analysis on the Diffusion and Participatory Models in Development Communication», en *Communication Theory*, 13, núm. 2, mayo 2003, p. 230.

Comparación de estrategias. Modelo participativo y tradicional

	Difusión	Participación
Definición de la comunicación	Transferencia vertical. De arriba abajo	Horizontalidad Información como intercambio y diálogo
Utilización de la información	Diseminación por medio de los <i>mass media</i>	Participación a nivel local Comunicación interpersonal Utilización de los medios de comunicación
Problema	Falta de información	Desigualdades
Fin del desarrollo	Cambio comportamental con relación a un objetivo determinado	Objetivo determinado y/o emancipación Equidad Democratización Aumentar la capacidad organizativa
Medios	Cambio en conocimientos y actitudes El objetivo es fundamental	Información/intercambio El proceso es esencial
Marco	Modernización Difusión de innovaciones	Cambio social Movilización social Participación
Autores	Rogers Lerner Rogers Schram	Freire Seraes
Instrumentos	Medios de comunicación Márquetin social Entretenimiento educativo	Asambleas y encuentros Medios de comunicación Márquetin social Entretenimiento educativo
Ambito de actuación	Aproximación no holística. Únicamente se estudian las cuestiones de comunicación	Holística Se estudian las necesidades, los objetivos, los medios para conseguirlos y también los aspectos de comunicación
Papel de los profesionales	Se implementa el plan de comunicación por profesionales, sin contar con las personas destinatarias del mismo	Los profesionales conjuntamente con la comunidad diseñan la implementación del plan

Comparación de estrategias. Modelo participativo y tradicional (continuación)

	Difusión	Participación
Segmentación de audiencias	Las audiencias se segmentan con criterios diseñados por el planificador Las personas son vistas como receptores pasivos de los mensajes y no como fuentes activas	La segmentación se realiza tras la identificación de los destinatarios, mediante criterios diseñados por la propia comunidad, como parte de su participación en el proceso Las personas no son meros receptores de información
Comunicación del diagnóstico	Los resultados del diagnóstico son elaborados desde el exterior y comunicados a los organismos con los que tienen relación. No siempre se transmiten a la comunidad receptora	Los resultados del diagnóstico son presentados por la comunidad y por lo tanto conocidos por ella
Generación, análisis y presentación de datos	Énfasis en lo visual para generar, analizar y presentar los datos. Así se superan los problemas de analfabetismo	Énfasis en lo oral para recoger los datos
Énfasis	Énfasis en el cambio de actitud	Énfasis en el cambio de comportamiento y de actitudes de las audiencias
Resultados	Busca desarrollar capacidades para mejor solucionar los problemas	Busca desarrollar capacidades para mejor solucionar los problemas Busca transferir habilidades desde el exterior al interior de la comunidad: emancipación
Objetivos finales de desarrollo	Salud Educación Reducción de la pobreza	Sentido de comunidad Igualdad social Igualdad de género Autoconfianza Mejora de las relaciones con las agencias de cooperación

Fuente: Adaptación a partir de Ph. Van der Stichele, «Participatory Rural Communication Appraisal» (Diagnóstico de Comunicación Rural Participativa), Extension, Education and Communication Service. FAO Research, Extension and Training Division. FAO, julio 1998, p. 43. Y, de N. Morris, *Bridging the Gap: An Examination of Difusion and Participatory Approaches in Development Communication*. Prepared for the CHANGE project/USAID. The CHANGE Project/The Manoff Group.

El modelo participativo puro prima los canales interpersonales, casi en exclusividad, mediante asambleas, reuniones de trabajo, complementadas a veces con obras de teatro u otras actividades. En este tipo de intervenciones, la evaluación no es sencilla, debido a que existe cierta imprecisión a la hora de definir qué es participación y qué emancipación.

Morris relata el caso de una comunidad en Nepal. Con anterioridad habían intentado hacer una presa, pero no habían tenido éxito. La acción participativa sirvió para darles confianza, por lo que llegaron a construirla. En este caso, se señalaba que la comunidad «ganó confianza en su propia habilidad para trabajar conjuntamente, así como de influir en agencias y llegar a superar las dificultades físicas, burocráticas e interpersonales, así como también la actitud de dependencia que habían creado inadvertidamente las agencias exteriores»¹³.

Cuando Morris estudia los casos difusionistas y participativos muestra la existencia de una bipolaridad en la práctica. Únicamente en uno de los catorce casos participativos se utiliza el máquetin social como complemento de la comunicación interpersonal. Simultáneamente, en los casos de difusión, únicamente se utiliza o el máquetin social, o el entretenimiento educativo, y en raras ocasiones estas acciones se complementan con la comunicación interpersonal.

Cabe señalar que no existe una incompatibilidad intrínseca, manifiesta entre ambos modelos. Y que se puede pensar en un *mix* de participación y de difusión. En un caso los medios pueden ser participativos y los fines difusionistas y en otro al revés.

El participativo puede beneficiarse de la utilización de las herramientas del denominado modelo difusionista y viceversa, para una meta concreta, puede pensarse en utilizar parte del modelo participativo. Tampoco los objetivos son incompatibles. Los objetivos concretos, típicos en la aproximación tradicional son compatibles con objetivos típicamente del modelo participativo como el incremento de la equidad. A la inversa, la consecución de la equidad, por ejemplo, no está reñida con la disminución de prácticas sexuales de riesgo.

13. A. Purdey et al., «Participatory Health Development in Rural Nepal: Clarifying the Process of Community Empowerment», *Health Education Quarterly* 21 (3), p. 334.

4. ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Cualquier acción necesita ser comunicada. Ahora bien, en algunos casos el grado de implicación de la comunidad es fundamental, de cara a asegurar el éxito futuro de las acciones o actuaciones que se consideren.

Si consideramos acciones que impliquen las tecnologías de la información y de la comunicación, cabe distinguir cuatro tipos de niveles complementarios de actuación. Dichas acciones no solamente están relacionadas con la eliminación de la brecha digital, sino que algunas van más allá y pueden potenciar una mejora de la organización administrativa (por medio del gobierno electrónico), el comercio electrónico, el desarrollo tecnológico, etc.

La brecha digital no es sino la condición de aprovechamiento de las capacidades y ventajas de las tecnologías de la información y de la comunicación.

En *Spanning the digital divide*¹⁴ se hace referencia a 13 acciones relacionadas con la eliminación de la brecha digital.

Cabe clasificarlas en cuatro tipos de acciones —infraestructuras, acceso, contenidos y entorno—, que pueden ser representadas, según el siguiente esquema:

Secuencia	Infraestructuras (I)	Acceso/uso (II)	Contenidos Aplicaciones (III)
	Creación de Infraestructuras	<ul style="list-style-type: none"> —Acceso a las redes —Formación al uso —Motivación para usar —Telecentros 	Creación y/o acceso a contenidos relevantes Aplicaciones: <ul style="list-style-type: none"> —Comercio electrónico salud, agricultura —Otras aplicaciones (micropréstamos)

14. World Bank, *Spanning the Digital Divide*, 2001, pp. 47 y ss. En estas páginas se encuentran ejemplos de cada una de las acciones, así como referencias bibliográficas

Secuencia	Infraestructuras (I)	Acceso/uso (II)	Contenidos Aplicaciones (III)
Financiación/ Implementación	<ul style="list-style-type: none"> —Organizaciones internacionales (Bellanet, UNESCO) —Corporaciones multinacionales (Microsoft) —Gobiernos nacionales —Gobiernos —ONGs —Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> —UIT —UNESCO —Banco Mundial —Empresas privadas (Intel, AMD) —ONGs —Organizaciones internacionales —Empresas 	<ul style="list-style-type: none"> —Gobiernos —Organizaciones específicas (Organización Mundial de la Salud)
<p>Entorno:</p> <p>Programas de colocación de ordenadores en establecimientos formativos (Intel, AMD, Banco Mundial)[*]</p> <p>Programas de formación de programadores (ONGs, Gobiernos, organizaciones internacionales, empresas privadas)</p> <p>Gobierno electrónico (organizaciones internacionales: UNCTAD y gobiernos)</p> <p>Desarrollo de las tecnologías (multinacionales, organizaciones de donantes internacionales)</p>			

[*] Entre paréntesis son los principales tipos de financiadores y/o implementadores de las acciones.

Fuente: elaboración propia, a partir de las iniciativas inventariadas en World Bank, *Spanning the Digital Divide*, 2001, pp. 47 y ss.

En general, se observa que la financiación y/o la implementación es mixta, porque coexisten los gobiernos nacionales con organismos internacionales dedicados a la ayuda para el desarrollo, como UNCTAD, grandes empresas multinacionales o empresas de la región. En algunos casos, la financiación privada busca rentabilizar después la inversión, mediante la provisión de servicios de pago, especialmente en infraestructuras y acceso.

No se trata aquí de detallar cada una de las acciones, pero cabe señalar que de las acciones detalladas, la más difícil de llevar a cabo es la de las aplicaciones e innovación. En el 2002, el Massachusetts Institute of Technology anunció haber escogido a la India como sede de su primer laboratorio en Asia (Media Lab Asia), de forma que los mejores cerebros del mundo académico pudieran trabajar con los talentos locales y, de paso, contribuir a la reducción de la brecha digital. Lo interesante del proyecto es que las empresas que financiaban el MIT invertirían también en la filial-réplica india.

Después de una entrevista entre el presidente del MIT, Nicholas Negroponte, y Arun Shourie, ministro de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, en mayo del 2003, el MIT señalaba que anulaba el proyecto. La razón aducida por el MIT era que las negociaciones habían sido llevadas a cabo entre el MIT y el anterior ministro, de forma que el recién nombrado nuevo ministro colocaba nuevas condiciones que hacían imposible continuar con dicho proyecto.

Sin embargo, la anulación tenía dos causas profundas. Una, que el Media Lab Asia no había colectado los suficientes fondos, ya que únicamente se basaba en los 13,5 millones de dólares procedentes del Gobierno indio. Conseguir fondos de las multinacionales —como Microsoft, Cisco e Intel— era, en este caso, complicado porque ya colaboran en otros proyectos de investigación en la India, por lo que no resultaba fácil implicarlos en nuevos proyectos, probablemente lejos de sus intereses inmediatos. Además, el MIT pedía al Gobierno indio 1,7 millones de dólares únicamente por poder usar su nombre, cifra que el Gobierno indio consideraba desproporcionada¹⁴.

Sin el apoyo de las multinacionales, este tipo de proyectos hercúleos no son realizables. No obstante, esta falta de apoyo de las multinacionales, si es compensada, en parte, con fondos de empresas de la región, puede conseguir desarrollar tecnologías más cercanas a las necesidades de la región, y menos, como investigación seguidista, dirigida a satisfacer las necesidades de innovación de los países desarrollados. Así, en el Indian Institute of Science de Bangalore se desarrolla *software* que sea compatible con los *simputer* (ordenadores baratos).

Cabe también pensar que las inversiones extranjeras pueden también fomentar las inversiones autóctonas. En algunos países, como la India, en donde muchas empresas han externalizado parte de su producción, se crea un saber hacer e infraestructuras que a medio plazo pueden fomentar la innovación autóctona.¹⁵

Además, muchas de las ayudas son realmente interesadas. Esto es visible en los planes de dotación de ordenadores a la población, las escuelas, etc. En un artículo de El País¹⁶ se inventariaba la oferta de Intel, AMD (Advanced Micro Devices) y el MediaLab del MIT para reducir la brecha digital, mediante la oferta de ordenadores económicos.

14. M. Kripalani, «India's Fresh Chance for Innovation», *Business Week*, 16 mayo 2003.

15. En la India trabajan unas 40.000 personas para IBM. Cf. IBM \$gbn to be India's Biggest Inward Technology Investment, en *Financial Times*, 7-6-2006, p. 13.

En el caso de Intel, se busca personalizar ordenadores para regiones concretas, que puedan conectarse mediante conexiones inalámbricas y educando a profesores sobre cómo enseñar con los ordenadores. Se trata de dotar a los escolares con EduWise —ordenador con disco duro, con Windows, distintas aplicaciones y con acceso a la red—, por 400 dólares, así como un plan de formación de profesores. AMD presentó su plan para que la mitad de la población tenga acceso a un ordenador, de 250 dólares, en el 2015. En el caso del MediaLab, se busca que todos los niños y niñas tengan un ordenador, para lo cual ha diseñado un ordenador —sin disco duro, pero con memoria flash de 500Mb—, de 100 dólares.

En este artículo, no se visualiza instantáneamente el volumen de negocio que suponen las iniciativas, salvo cuando se habla de cifras: «cinco países —Tailandia, Nigeria, Brasil, Argentina y, con algunas dudas todavía, Egipto— se comprometieron a comprar cinco millones de máquinas en 2007».¹⁷ Sin embargo, en otro artículo del mismo mes, el norteamericano Mercury News, refiriéndose a las mismas iniciativas, aunque únicamente considera a AMD y a Intel, comienza con la siguiente frase: «dos de los más grandes rivales en tecnología, de Silicon Valley, van a promover esta semana el crecimiento de sus negocios globales mediante la provisión de ordenadores, de bajo coste, a los países en vías de desarrollo». Más adelante, Bill Calder, ejecutivo de Intel, declaraba «No es una cosa caritativa, sino que tiene un propósito de negocio»¹⁸.

En este caso, se dan las cifras de los gastos de marketing de Intel —1.000 millones de dólares— destinados a la promoción de sus ordenadores baratos en mercados como la India, China y México. Esta aproximación de mercadotecnia les lleva a plantearse que la venta de los ordenadores baratos no deben canibalizar la venta de los ordenadores de gama alta, ya que, incluso en los países en desarrollo, existe un doble mercado: el mundo rural, que busca ordenadores baratos, y el urbano, que busca los ordenadores de la última generación.

Los precios que ofrecen Intel, AMD y el MediaLab (400, 250 y 100 dólares respectivamente) en el fondo significan tres aproximaciones diferentes, desde un punto de vista de márketing y desde un punto de vista social. Intel bus-

16. F. Pisani, «Brecha digital: tres estrategias complementarias», *El País*, 18-05-2006.

17. Son las palabras de Michail Bletsas, responsable del proyecto del MediaLab. En F. Pisani, «Brecha digital: tres estrategias complementarias», *El País*, 18-05-2006.

18. D. Takahashi, «Tech Rivals Target the World's Poor», *Mercury News*, 2-5-2006.

ca ofrecer ordenadores con todas las prestaciones, como los que se fabrican en los países desarrollados, a un precio menor. Los otros dos se decantan por ordenadores que pueden satisfacer las necesidades de los países en vías de desarrollo, pero con alguna prestación menos. De paso, se puede decir que AMD es quien coloca los microprocesadores en los ordenadores portátiles del Media Lab.

Bill Gates critica a Media Lab porque los ordenadores que propone tienen prestaciones mínimas¹⁹, pero en el fondo lo que molesta es que funcionen con *software* abierto (Linux), que compite con Windows, de su propiedad.

5. TIPOS DE INTERVENCIÓN DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

Servaes y Malikhao han inventariado trece tipos de intervención de comunicación y desarrollo, a saber:

1. Extensión/difusión de innovación. Implica la extensión de una acción, generalmente relacionada con una innovación, hacia los potenciales usuarios. El ejemplo es la capacitación de campesinos, tras un breve período de formación para diagnosticar y tratar enfermedades comunes, de cara a establecer un servicio médico rural en China.
2. Desarrollo de redes de trabajo y documentación. En este caso se trata de la fundación de IPS (Inter Press Service) en 1964 como cooperativa para ofrecer noticias de los países del tercer mundo, tanto a los países desarrollados como a los propios de tercer mundo, con el fin de ofrecer un contrapoder a las agencias de comunicación occidentales.
3. TICs para el desarrollo. El desarrollo de infraestructuras y la promoción del acceso a las TICs «contribuye a mejorar el acceso a la educación; aumenta la transparencia y la eficacia de los servicios gubernamentales; destaca la participación directa [...] en los procesos democráticos; incrementa el comercio y las oportunidades de comercialización; afirma el emancipación de la comunidad dando voz a los grupos que no la tienen (por ejemplo, a las mujeres) y a los grupos vulnerables (como aquellos que viven con el VIH/SIDA); contribuye a la creación de redes de trabajo, y a la generación de oportunidades de mayores ingresos para las mujeres, así como a acceder a la información médica para las comunidades aisladas; e incrementa las oportunidades

19. No tienen capacidad de almacenamiento.

de nuevos empleos»²⁰. Las acciones típicas tienen que ver con los telecentros, o con los centros multimedia comunitarios, en los que puede haber conexión a Internet, alquiler o visualización de vídeo, televisión, teléfono, libros, etc.

4. Márquetin social. Se corresponde con la utilización de las técnicas de márquetin aplicadas a ideas u objetivos sociales. En este caso, los instrumentos del márquetin, en vez de estimular la demanda de bienes o servicios, se ponen al servicio de la promoción de una idea, o de la mejora de condiciones de vida, o incluso de la participación. Del márquetin se toma el proceso de planificación que marca las estrategias para conseguir el objetivo (márquetin estratégico), y los instrumentos del márquetin a corto o medio plazo, como son las denominadas 4P, que son las siglas en inglés de *producto*, *precio*, *distribución* y *promoción*. El caso ejemplar puede ser el de Gambia y Honduras, en donde el márquetin social estaba destinado a mejorar el tratamiento de la diarrea infantil, mediante campañas de promoción de un remedio consistente en una mezcla de potasio, sodio, glucosa y bicarbonato para disolver en agua. Los medios de comunicación que se utilizaron fueron similares en ambos países: radio, impresos y relaciones interpersonales por medio del personal de la salud. En Honduras se retransmitió también una radionovela con mensajes informativos (entretenimiento educativo), que, a pesar de su popularidad, tuvo menos éxito que los mensajes cortos por medio de la radio.
5. Entretenimiento educativo. En Latinoamérica ha sido utilizado con profusión, debido en parte a la popularidad de las telenovelas. Se trata de incluir en las radionovelas o en las series de televisión contenidos informativos relativos a un determinado tema. Servaes y Milakho colocan como ejemplo el proyecto Soul City (Ciudad del Alma) en Sudáfrica, en donde se conjugaron radiodramas, series de televisión y prensa con un doble propósito: de promoción²¹, y para ayudar a que las personas del país mejoren la salud y puedan ejercer sus derechos.

20. Cf. J. Servaes y P. Malikhao, *Comunicación y Desarrollo Sostenible*, IX Mesa de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo, FAO, Roma, 6-9 de septiembre, 2004, p. 40.

21. «La defensa del desarrollo es la combinación de acciones sociales diseñadas para ganar compromiso y apoyos políticos, aceptación social y sistemas de apoyo para las metas específicas de un programa. Involucra la recogida y la estructuración de información sobre un asunto con fines persuasivos; la comunicación del asunto a quienes toman las decisiones y a otros actores que pueden servir de apoyo, incluido el público, por medio de varios canales interpersonales y de los medios; y la promoción de acciones por las instituciones sociales, socios y legisladores para apoyar el objetivo del programa.» Cf. J. Servaes, «Development Communication in Action: Report on the Interagency Meeting on Advocacy Strategies for Health and Development», WHO Conference, Ginebra, 9-13 noviembre de 1992, en Servaes y Milhako, op. cit., p. 26.

6. Comunicación de la salud. En este caso es la aplicación del márketing social aplicada a la salud, ejemplificada por la Organización Mundial de la Salud y que se basa en tres estrategias: promoción, emancipación y el apoyo social. Estas tres estrategias se complementan y hacen referencia a las presiones realizadas para que los políticos planifiquen e implementen políticas de promoción de la salud. La promoción hace referencia a las presiones para que los políticos, por ejemplo, planifiquen e implementen políticas de promoción de la salud. La emancipación se refiere al rol de las personas y de las comunidades en la anterior planificación, para que hagan uso de los instrumentos y medidas de prevención y tratamiento de enfermedades. Finalmente, el apoyo social se refiere a formar y movilizar a quienes están involucrados en los programas de salud, especialmente el personal sanitario, que se corresponde con el apoyo social.
7. Movilización social. Usado fundamentalmente por UNICEF, que también utiliza la triple estrategia de la promoción, la emancipación y la acción social. Como ejemplo puede citarse el programa realizado por la UNICEF, la Federación Nacional de Cafeteros y la Corporación para la Promoción de Comunidades Municipales destinado a sensibilizar a los candidatos, en las elecciones municipales para elegir alcaldes en Colombia en 1988, sobre los problemas de los niños y niñas (educación preescolar, malnutrición, acceso a la educación primaria, etc.). En este caso, la promoción se efectuaba mediante la prensa, la radio y la televisión, por medio de anuncios y entrevistas.
8. Información, educación y comunicación. Ha sido el Foro de la Población de las Naciones Unidas (UNFPA, en inglés), quien ha utilizado estas tres actividades para referirse a la comunicación. Resulta interesante distinguir entre estos tres aspectos relacionados. La información es el primer componente de la comunicación y de la educación y estas se refieren al proceso de diseminación de datos, informaciones y de conocimiento (comunicación), mientras que entender, interpretar y buscar soluciones está relacionado con la educación. Cabe considerar que este enfoque tiene muchas similitudes con el sexto y séptimo.
9. Construcción institucional. Se trata de ayudar a establecer facilidades para la comunicación del desarrollo. Caracteriza a la UNESCO. Esta creó el Programa internacional para el Desarrollo de la Comunicación²¹. Este actúa a todos los niveles, tanto en la creación de un medio (por ejemplo una radio o una agencia de prensa panafricana) como en la formación de los periodistas. El ejemplo que Servaes y Milakho detallan, trata de la

21. Se crea con cuatro ejes prioritarios: con cuatro ejes prioritarios de intervención: Promoción de la libertad de expresión y del pluralismo de los medios, desarrollo de los medios comunitarios, desarrollo de los recursos humanos y promoción de una cooperación internacional.

construcción una radio comunitaria, en distintos lugares de Filipinas, en red, a la vez que se promueve la producción de programas por voluntarios locales. La participación mediante pequeñas cuotas de los radioyentes y la colaboración en la producción de programas o en la sugerencia de temas para tratar permite enmarcar este enfoque entre los enfoques claramente participativos.

10. Conocimiento, actitudes y prácticas. Este modelo es típico de las opciones de modernización. Supone que mediante la comunicación se puede pasar a una acción o práctica determinada. El conocimiento es una condición necesaria para pasar a la acción, pero son muchos los factores internos y externos que influyen y que pueden hacer que no haya cambio de actitud.
11. Comunicación de apoyo al desarrollo. Es típico de la FAO, especialmente aplicado al medio rural. La FAO ha destacado en el uso de la comunicación tradicional: dramas, canciones, danzas y el teatro para el desarrollo.
12. Enfoque comunitario del VIH/SIDA. Puede establecerse la relación entre subdesarrollo y SIDA, y son varios los factores (relaciones de género, espiritualidad, cultura, etc.) que influyen en el cambio de actitudes y de comportamiento. Este enfoque es típico de ONUSIDA, que promueve la participación desde el comienzo de diseño de las políticas.
13. Participación comunitaria. En muchos de los enfoques anteriores existe un grado de participación más o menos acusado. Este enfoque, en concreto, parte de la premisa de que el desarrollo, especialmente el social, para que sea exitoso debe incluir la participación de sus beneficiarios, utilizando los medios de comunicación disponibles. En muchos casos, se utiliza el vídeo para fomentar la participación.

Tras el inventario descriptivo, cabe hacer una clasificación operativa. Los enfoques 2, 7, 9, 11 y 13 pueden ser clasificados bajo el signo de la participación, y de ellos el último enfoque es el que lo aplica en el sentido más puro. Los enfoques 1, 4, 5, 6 y 10 pueden ser caracterizados, relativamente, como de difusión, mientras que los restantes (3, 8 y 12) son mixtos, ya que participan de los dos modelos.

Después del 20.º aniversario del PIDC, las prioridades pasan a ser otras: desarrollo del pluralismo de los medios y promoción de la libertad de prensa, creación y refuerzo de los medios comunitarios, actividades de formación y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

Cf. *Programme International pour le Développement de la Communication. Evaluation des Réformes*. Informe realizado por el Profesor Helge Ronning et Kristin Skare Orgerest, Département des Médias et de la Communication. Université d'Oslo, Unesco, febrero de 2006, p. 10.

CAPÍTULO VIII

Haciendo un análisis fino, a partir de los datos de Servaes y Kaliakho, pueden establecerse cuatro grandes áreas de actuación, que pueden ayudar a entender si existe alguna relación entre las áreas de actuación y el modelo a utilizar, tal y como se muestra en el cuadro siguiente:

Ambitos	Salud	Información TICs	Emancipación
Enfoques	1; 4; 5; 6; 8 y 12	2; 3; 9	7; 11; 13
Financiadores	OMS USAID UNICEF Unión Europea UNESCO Gobiernos ONUSIDA	ONU ONGs FAO Fundaciones USAID UNESCO Gobiernos DANIDA PNUD	UNICEF

Fuente: Elaboración propia.

A la vista de los datos, se puede observar que es en el ámbito de la salud en donde el modelo difusionista predomina. Los modelos mixto y participativo coexisten en el ámbito de la Información y las TICs.

Cabe esperar que los enfoques difusionistas puedan adoptar enfoques participativos. Más fácil aún es que los mixtos pasen a tener un componente participativo mayor.

Capítulo IX. Estrategias de comunicación para el desarrollo



1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. ASPECTOS DE PLANIFICACIÓN

La comunicación es fundamental en cualquier actividad humana y especialmente a la hora de generar conciencia sobre determinados problemas y en la búsqueda de alternativas para la solución de problemas. Servaes señala que la comunicación puede tener dos misiones fundamentales: «Una, que es la de apoyar iniciativas de desarrollo por medio de mensajes que animan a las personas a apoyar proyectos orientados al desarrollo, y otra, en la que la comunicación puede proveer a los decisores con la información y la retroalimentación necesarias, de cara a poder tomar una decisión»¹.

Hasta ahora los medios han estado dentro de un esquema lineal, en el que se informaba y se comunicaban las ventajas de un determinado proyecto, para después recomendar su ejecución.

En este esquema no se tenía en cuenta la retroalimentación, que permitiría incorporar nuevos proyectos. La retroalimentación llevada a su extremo sería la que se daría en un esquema participativo, ya que todas las secuencias se generarían desde dentro y, desde dentro, se gestionarían todos los cambios que afectasen a los proyectos, como consecuencia de incorporar dicha retroalimentación.

En el esquema lineal, el problema esencial radica en que muchas de esas acciones están sesgadas por otros proyectos paralelos. Así, la información y la comunicación de ventajas de una determinada acción podría más tener que ver con la búsqueda de fondos o con legitimidades políticas, que podrían pervertir, en esencia, el propósito de la acción de desarrollo.

El proceso participativo no anula la misión de los planificadores y de los responsables de la ayuda al desarrollo. Al contrario, les permite encontrar apoyos dentro de los grupos en que tienen lugar dichas acciones de desarrollo y conocer las necesidades reales y las características de las personas y grupos que forman una determinada comunidad.

1. J. Servaes, «Advocacy Strategies for Development Communication», en J. Servaes (Ed.), *Walking on the Other Side of the Information Highway*, Southbound, Penang, Malaysia, 2000, pp. 104.

La consecuencia de que el proceso se inicie a partir de las necesidades de la comunidad es que se solucionan verdaderos problemas, o al menos los que la comunidad así los interpreta.

Fases del ciclo de vida de una política y aspectos de comunicación

Fases del ciclo de vida de la política	Aspectos de comunicación
Reconocimiento del problema	<ul style="list-style-type: none"> • No existen problemas abstractos, válidos para toda comunidad. Esto significa que los problemas no existen al margen de un grupo determinando. • Fuentes: <ul style="list-style-type: none"> – Encuestas de opinión. – Análisis de contenidos de los medios. – Análisis de materiales de comunicación de las ONGs de la zona. – Relación continua y sistemática con las ONGs, grupos de interés, instituciones académicas y científicas. – Relación continua con los grupos interesados mediante entrevistas y reuniones.
Formulación de los objetivos y del método para alcanzarlos	<ul style="list-style-type: none"> • No existen objetivos abstractos. • Los objetivos concretos pueden ser alcanzados por medio de muy diversos medios, por lo que resulta fundamental que estos sean diseñados desde dentro de la comunidad. • Potenciación de la comunicación como estrategia en sí. • Integración de la política de comunicación en el resto de políticas. Todo problema debe ser abordado desde una perspectiva holística y por tanto deben considerarse diferentes políticas. • Diseño de estrategias de comunicación específicas: <ul style="list-style-type: none"> – En el interior de los grupos participantes. – Entre los grupos participantes. – Con el resto de la sociedad.
Implementación	<ul style="list-style-type: none"> • No existe la implementación en abstracto. • Comunicación como complementaria de otros instrumentos. • Información sobre el uso de los otros instrumentos (nuevas leyes, subsidios).

Fases del ciclo de vida de una política y aspectos de comunicación (continuación)

Fases del ciclo de vida de la política	Aspectos de comunicación
Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • No existe la evaluación en abstracto • Realización de manuales de buenas y malas prácticas • Información sobre el proceso • Recogida de opiniones sobre el proceso • Recogida de sugerencias sobre nuevos procesos

Fuente: Adaptación, a partir de Winsemius, citado en J. Servaes, «Advocacy Strategies for Development Communication», en J. Servaes (Ed.), *Walking on the Other Side of the Information Highway*, Southbound, Penang, Malasia, 2000, pp. 104, p. 107.

Independientemente de su alcance —local, regional o nacional— los procesos de planificación, se estructuran en cuatro pasos: el reconocimiento del problema, la formulación del plan, la implantación y la evaluación. La recogida de opiniones y de información puede implicar algún cambio en una determinada fase, cambios que deben ser comunicados.

El proceso de planificación es un proceso de comunicación, dentro y fuera de los grupos y organismos implicados, ya que la comunicación es fundamental en cada una de las fases, entre partícipes y entre estos y los destinatarios. Por tanto, las estrategias comunicativas no ocurren únicamente en la fase de implementación, o de la recogida de datos, sino que está presente en todas las fases. De lo que se trata es de que se hagan explícitas todas las acciones de comunicación correspondiente a cada fase, tal y como se apunta en la tabla anterior.

Mayor importancia tiene aún la comunicación en el caso de una política de comunicación, ya que esta va a influir en la propia estructuración de mecanismos de comunicación y por tanto de relación entre los diferentes grupos de la comunidad. En este sentido debe ser vista la creación de una nueva radio, televisión, una simple página web o un diario.

La comunicación interpersonal es la que puede ayudar mejor a recorrer todos los estadios del ciclo de vida de la política, desde la exposición de la información hasta la evaluación, pero su campo de acción es reducido.

Si en vez de políticas en general, se consideran las estrategias de comunicación, resulta interesante el manual de Mulhall, en donde se establece claramente el proceso de planificación de una estrategia comunicativa.

2. ACCIONES EN LA ESTRATEGIA PARTICIPATIVA DE COMUNICACIÓN

Existen dos tipos de estrategia. Una, más difusionista, representada por Burke², y otra, participativa³, que es la que se desarrolla a continuación.

En la estrategia de comunicación participativa el factor fundamental del que depende la comunicación efectiva es la identificación de lo que se espera conseguir por medio de la comunicación: ¿se trata de que las personas tomen conciencia sobre un determinado aspecto, que cambien su actitud o su comportamiento, que emprendan una acción, que aprendan, etc.?

Esta identificación es importante porque determina, en cierta medida, la elección del medio. Así, para que la gente tome conciencia sobre un problema o cuestión, la radio es eficaz, pero no lo es tanto para comunicar detalles técnicos, en los que debe mediar alguna imagen.

2. Consta de diez fases: objetivo del proyecto, objetivos de la estrategia de comunicación, identificación de las audiencias y de los partícipes, estudio de las necesidades en información, identificación de las barreras y de las oportunidades, identificación de los canales y de los mensajes, plan de especificación de tiempos para las diferentes actividades, formulación del material comunicativo, pretest participativo, implementación y evaluación. Cf. A. Burke, *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999, p. 25. Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.

3. Se realiza a partir de las consultas de varios manuales, especialmente: *Communication Manual. Practical Considerations for Planning and implementing Communication Activities*. NARO, DFID, Department for International Development; y el manual de A. Mulhall, adaptado de P. Norrish, K. L. Margan y M. Myers, *Improved Communication Strategies for Renewable Natural Resource Research Outputs. Socio-economic Methodologies for Natural Research. Best Practice Guidelines*, Natural Resources Institute, Chatham, Gran Bretaña.

Cabe distinguir las siguientes acciones. Es preferible considerar acciones y no etapas o fases, por cuanto muchas de ellas pueden llevarse a la práctica simultáneamente:

- **Evaluación de las necesidades de las audiencias.** Resulta básica para saber cuáles son los intereses, las percepciones y el comportamiento de la comunidad con relación a los problemas existentes.
- **Identificación de los outputs.** Aunque es difícil, debe anticiparse, desde el principio, cuales son los resultados esperados.
- Más fácil es la **identificación de los partícipes en el proceso.** Se trata de identificar de quiénes (organismos por ejemplo) pueden facilitar la comunicación o la diseminación de información, o quiénes pueden colaborar en determinadas fases del proyecto.
- **Identificación de la audiencia.** Además de los partícipes, que son potencialmente parte de la audiencia, se trata de identificar las audiencias, ya que en general van a encontrarse diferentes grupos, según edad, sexo, nivel de alfabetismo, acceso a los medios de comunicación, salud, etc.
- **Identificación de los intermediarios** y/o fuentes de información sobre cualquier aspecto del proceso. Se trata de inventariar aquellas organizaciones que tengan alguna experiencia sobre procesos de comunicación en la zona, la existencia de medios diseñados y producidos en otras planificaciones. Se trata de contactar con ONGs que hayan realizado proyectos comunicativos, universidades, empresas de publicidad, productores de radio, televisión, vídeo, organizaciones comunitarias, etc., con el propósito de identificar todas las posibilidades (de traducción, de producción de contenidos, etc.).
- **Evaluación de las necesidades de las audiencias.** Resulta básica para saber cuáles son los intereses, las percepciones y el comportamiento de la comunidad con relación a los problemas existentes.
- **Evaluación del contexto comunicativo.** Se trata de estudiar la cobertura y las ventajas e inconvenientes concretos de cada instrumento de comunicación, para ser después relacionados con las audiencias del punto anterior. En el caso de un proyecto de acuicultura en la India, se identificaron los programas que la radio All India Radio difundía sobre agricultura, así como las horas de difusión, el tipo de contenidos (entrevistas a especialistas, pequeños consejos), y el porcentaje de agricultores que escuchaban estos programas, (que era del 75 % durante las tardes). Muchos pueblos tenían estaciones de radio de ámbito puramente local. Los panfletos e impresos en inglés o en hindi eran accesibles entre un 20,9 % y un 69 %, entre los hombres, y en bastante menor porcentaje entre las mujeres.
- **Elección de los medios apropiados.** Una vez que se tiene información sobre los medios existentes y su ámbito de recepción, y una vez identificadas las audiencias hacia quien van dirigidas, deben elegirse los medios a utilizar. Norris y otros⁴ proponen la elección a partir de una tabla de doble entrada en la que los

ejes están constituidos por lo que los partícipes dicen conocer sobre el particular y la importancia percibida de este.

En todo caso es siempre una combinación de instrumentos la que funciona mejor. La elección de los medios va a depender de los límites tecnológicos y financieros. No siempre se dispone de electricidad o de los materiales apropiados (ordenadores, radios, lectores de vídeo, impresoras, etc.), por lo que los proyectos de comunicación deberán incluir, a veces, la adquisición de estos.

- Un factor fundamental es el constituido por los **presupuestos disponibles**. Resulta difícil establecer reglas sobre qué parte del presupuesto asignar a la comunicación y cómo repartirlo entre los diferentes instrumentos. En este sentido, la FAO establecía en 1989 que se destinase entre un 8 a un 15 % del proyecto total destinado a un proyecto de desarrollo⁵.
- **Se necesita un coordinador**. Desde el principio hasta el final es necesario que una persona determinada tenga la responsabilidad de todas las actividades de comunicación, con el fin de mantener la continuidad de la gestión y de las actividades de planificación a lo largo del proyecto. Esto es necesario cuando la acción se promueve desde el exterior, por ejemplo desde una ONG, pero también en el caso de que todo el proceso de planificación se lleve a cabo desde el principio utilizando mecanismos de participación, en los que el proceso pueda ser fundamental y finalista.
- **Test de comunicación**. En todo momento debe pensarse en llevar a cabo un test entre los partícipes y especialmente entre los destinatarios sobre el tratamiento y los contenidos de las acciones y de los mensajes para ver si son aceptables, creíbles, relevantes y se ajustan al objetivo que se busca.
- Debe **evaluarse** la efectividad de las actividades de comunicación. Se trata de hacer una evaluación cuantitativa y cualitativa que permita medir el impacto de la acción comunicativa. Esta actividad se realiza mediante las discusiones, encuestas y audiencias de los medios concretos. También se evalúa el propio plan de comunicación, para ver si la elección del público objetivo o la segmentación de los diferentes grupos eran correctas, y

4. P. Norrish, K. L. Margan y M. Myers, *Improved Communication Strategies for Renewable Natural Resource Research Outputs. Socio-economic Methodologies for Natural Research. Best Practice Guidelines*, Natural Resources Institute, Chatham, Gran Bretaña, p. 13. Contiene bibliografía práctica sobre manuales y estudios de comunicación para el desarrollo.

5. P. Norrish, K. L. Margan y M. Myers, *Improved Communication Strategies for Renewable Natural Resource Research Outputs. Socio-economic Methodologies for Natural Research. Best Practice Guidelines*, Natural Resources Institute, Chatham, Gran Bretaña, p. 15.

observar si se tuvieron en cuenta las necesidades de las partes participantes y/o de los destinatarios y sobre si el presupuesto ha sido correcto.

3. VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN

No existe acción de desarrollo sin comunicación. A veces esta es una herramienta y otras un fin en sí mismo. La comunicación se encuentra en programas de salud y nutrición, planificación familiar, agricultura, educación, industria artesanal, pequeña y mediana empresa, acceso a las tecnologías de la información y comunicación, etc., de forma que la comunicación es vista más como un instrumento al servicio de estos objetivos.

En el modelo participativo, la comunicación es también un instrumento, pero con otro tipo de objetivos: la construcción de la sociedad civil y comunitaria —mediante la promoción y defensa del derecho de opinión, de información y de comunicación⁶—, el fomento de la participación, así como la construcción de instrumentos comunicativos, como la creación de radios, teatros, etc.

Independientemente del tipo de objetivo, cabe señalar que la comunicación sirve para mejorar la comprensión de uno mismo y de los demás, por lo que resulta básica para promover la democracia. Ahora bien, son varios los instrumentos que se pueden utilizar. No solamente existen los denominados medios de comunicación de masas, sino también instrumentos tradicionales, que son usados cotidianamente por las comunidades.

Cuando se piensa en el acceso a los medios, cabe pensar que el primer paso es que sean incluidos en los medios todos aquellos grupos que apenas tiene existencia en los medios de comunicación masivos. Se trata de que se hable de los pobres, de los marginados, de las mujeres, etc. En aquellos lugares en los que haya situaciones violentas, la comunicación resulta aún más fundamental⁷.

6. Para ello es fundamental la existencia de un sistema de medios pluralista.

7. El Departamento para el Desarrollo Internacional británico, durante el conflicto de Kósovo, desarrolló varias acciones en radio y en televisión. Por ejemplo, en televisión financió una serie para niños, que se relacionaba con los programas de estu-

Una acción de comunicación para el desarrollo necesita ser diseñada teniendo en cuenta las particularidades de la comunidad donde va a ser implementada. En caso contrario, es fácil que el resultado pueda colocar en dificultades a la comunidad en que tiene lugar la intervención. Así, en una determinada zona rural, los hombres producían alfombras, que eran relativamente famosas en la zona y que permitía a la comunidad vivir con cierta holgura. Una ONG se propuso habilitar a las mujeres, cuyo ámbito de actividad estaba reducido al hogar, mediante su incorporación a la confección de alfombras, de forma mecanizada.

Como consecuencia de la mecanización y de la formación, las mujeres eran más eficientes que los hombres, quienes no podían competir con las mujeres y la tecnología. Esto hizo que los hombres dejaran de producir alfombras y aumentasen los problemas de alcoholismo. A su vez, las mujeres no podían atender las tareas domésticas, que no eran asumidas, ni siquiera de forma parcial por los hombres, por lo que se incrementaban los conflictos⁸. No se acabaron aquí los problemas, ya que enseguida el mercado se saturó de alfombras y los precios cayeron en picado.

En este apartado se considera la panoplia de medios que pueden utilizarse en una estrategia de comunicación. Se supone que existe un problema a solucionar —a ser posible explicitado por la propia comunidad— y existe un objetivo de comunicación.

A continuación se muestra una tabla con las ventajas e inconvenientes de los diferentes instrumentos de comunicación.

dios de las escuelas y que buscaba fomentar la comprensión y la resolución no violenta de las disputas. Otros programas en colaboración con la BBC incluían la colaboración con la escuela de periodistas de Sarajevo (en este caso se contaba también con la colaboración de la Fundación Soros) y la formación de periodistas de radio, buscando en ambos casos potenciar el rigor y la imparcialidad en las informaciones. En A. Burke, *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999, p. 20. (Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.)

8. P. Mefalopulos y Ch. Kamlongera, *Participatory Communication Strategy Design, A Hand Book*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, segunda edición, Roma, 2004, p. 4.

	Instrumentos	Ventajas	Inconvenientes
Comunicaciones interpersonales		<ul style="list-style-type: none"> —Continúa retroalimentación. —Necesario para unas buenas relaciones de trabajo. —Efectivas para diseminar o mostrar una técnica o tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> —Pueden ser caras, si se necesita pagar pasajes aéreos para la reunión. —Audiencias reducidas. —Difíciles de evaluar. —Pueden ser intimidatorias para los novicios. —Las reuniones de trabajo a veces existen para satisfacer a los requisitos de los donantes.
Tradicionales	<ul style="list-style-type: none"> —Teatro —Danza —Marionetas —Cuenta historias 	<ul style="list-style-type: none"> —Son medios aceptados por la comunidad. —Tienen poder de persuasión. —La producción de contenidos es muy económica. —Mayor credibilidad que los medios de comunicación. —Barato. —Interesante para involucrar a la gente joven o niños. —No requiere alfabetización. —Es una herramienta de sensibilización de los problemas de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> —Audiencias pequeñas. —Dificultad de adaptación fuera de la comunidad. —Dificultad de evaluación. —El entretenimiento puede enmascarar el mensaje.

	Instrumentos	Ventajas	Inconvenientes
Medios escritos	Manuales	<ul style="list-style-type: none"> —Pueden reusarse . —Tienen vida larga. —Pueden sustituir a cursos. —Con apoyo visual pueden ser usados por los analfabetos. 	<ul style="list-style-type: none"> —Son impersonales. —Alfabetización necesaria. —No sustituye a lo presencial. —Costes de producción elevados. —Proceso largo de realización, impresión.
	Newsletters	<ul style="list-style-type: none"> —Alcanza públicos diseminados —Barato de producir —Audiencias pueden ser grandes —Fácil transmisión por Internet 	<ul style="list-style-type: none"> —Alfabetización necesaria —Puede ser difícil de acotar el público objetivo
	Poster	<ul style="list-style-type: none"> —Efectivos para transmitir informaciones cortas —Sirven como recordatorio —Son baratos de producir 	<ul style="list-style-type: none"> —No explican —Si coexisten varios posters la atención se difumina.

	Instrumentos	Ventajas	Inconvenientes
Medios audiovisuales	Radio	<ul style="list-style-type: none"> —Permite una segmentación geográfica eficaz. —Puede llegar a una gran audiencia. —Puede llegar a audiencias con bajo grado de alfabetización. —Puede ser escuchada en cualquier lugar, por medio de radios portátiles. —Producción barata. —Puede ser vivida con cercanía. —Puede ser utilizada con diferentes objetivos (entretener, avisar, informar, educar). 	<ul style="list-style-type: none"> —Es efímera. —Al poder compartir con otras actividades puede pasar desapercibida. —No tiene imágenes. —No es eficaz en tareas de formación técnica. —Requiere organización y financiación para la continuidad de la emisión. —Requiere electricidad o baterías, que pueden ser difíciles de conseguir.. —Las audiencias suelen ser masculinas.
	Televisión	<ul style="list-style-type: none"> Permite llegar a audiencias grandes. 	<ul style="list-style-type: none"> —Costes de producción elevados. —La recepción no siempre es evidente. —A veces, no llegan a los más pobres.
	Vídeo	<ul style="list-style-type: none"> —Relativamente fácil de usar y barato. —No se necesita estar alfabetizado. —Es un mecanismo eficaz de comunicar lo que otras comunidades han hecho. —Es transportable. 	<ul style="list-style-type: none"> —Mantenimiento y reparación no siempre disponible al instante. —Se necesita electricidad. —Aunque barato es más caro que los medios tradicionales (canciones, teatro). —Debe ser complementado con personas para promover discusiones sobre un particular.

CAPÍTULO IX

	Instrumentos	Ventajas	Inconvenientes
Internet	Grupos de noticias y <i>newsletters</i>	—Costes reducidos. —Difusión instantánea Incluye todos los medios.	—Requiere alfanumerización. —Requiere los medios técnicos apropiados. —Difícil que llegue a los más pobres.
	Construcción de sitios web	—Efectivos para llegar a otras áreas dado que Internet es global. —Baratos de construir y mantener. —Permite la interacción.	—No accesibles en muchas áreas. —Dificultad de evaluar la audiencia. —El mantenimiento puede ser costoso.
	Comunicaciones en tiempo real (incluida la videoconferencia)	—Mucho más baratas que si se hicieran cara a cara, al no haber desplazamientos. —Puede servir para educar a distancia.	—En el caso de videoconferencias, la calidad se puede resentir. —No sustituye a la comunicación presencial. —Requiere que todos los participantes tengan el <i>hardware</i> y el <i>software</i> necesario.
	Correo electrónico	Instantáneo y barato.	Alfanumerización (*).
	Comercio electrónico	Reducción de costes de transacción.	Id.
	Otras (radio, vídeo)	Acceso a contenidos globales.	Id.

(*) Este término es utilizado por J. Echevarría para referirse a la alfabetización necesaria para utilizar las nuevas tecnologías.

Fuente: Elaboración propia a partir de varias fuentes.

3.1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y MEDIOS TRADICIONALES

No existe nada más efectivo que la comunicación presencial: el cara a cara, que puede tener varias formas, como la enseñanza, el aprendizaje, la participación en asambleas o en reuniones de trabajo, y que puede incluir la utilización de las nuevas tecnologías.

Unos instrumentos tienen un campo más amplio de acción que otros. Los talleres de trabajo sirven para implicar a científicos y universitarios en demostraciones técnicas, diseño e implementación de políticas, mientras que otros medios, como las páginas web, tienen una audiencia más limitada, en función del acceso y del grado de alfabetización y tiene unas funciones más relacionadas con la búsqueda o el intercambio de informaciones.

Los medios tradicionales participan de todas las ventajas e inconvenientes de la comunicación interpersonal. Son medios, o mejor sistemas de medios que existían antes de que existieran otros medios y hoy continúan coexistiendo con los nuevos, especialmente en los países en vías de desarrollo, por lo que constituyen también un medio muy eficaz. Incluye el teatro, los juegos de rol, la música, las canciones, el mimo, las marionetas, la danza y el cuentacuentos.

Tiene muchas ventajas —bajo coste, puede llegar a un buen número de personas, promueve la participación e induce comportamientos—, pero, en muchos casos, su utilización requiere un trabajo preliminar de identificación de las tradiciones, mitos y tabúes. En el caso del teatro, esta actividad resulta fundamental para que los actores preparen una determinada obra, con el propósito de difundir un mensaje o iniciar procesos de discusión participativos.

DFID, el organismo gubernamental británico de cooperación para el desarrollo, parte del presupuesto que en todas las sociedades existe alguna forma de representación dramática. En los países desarrollados, el drama se representa en el teatro, en la radio y en la televisión, pero la asistencia es relativamente marginal. Ahora bien, en los países en vías de desarrollo la representación dramática forma parte de muchas actividades, ritos y ceremonias y es socialmente aceptado.

DFID ha usado el teatro en distinto tipo de actividades, como por ejemplo en un programa de reforma de cárceles en Brasil, de manera que los presos se representaban delante de políticos, ofreciendo opiniones y puntos de vista no solo a los compañeros sino también a los responsables políticos⁹.

La utilización del teatro con fines de desarrollo tiene historia. El inicio se encuentra en la India, en donde se crea la División de Canto y Arte Dramático del Ministerio de la Información y de la Radiodifusión, para objetivos tan diversos como la erradicación del sistema de castas, la planificación familiar, la democracia y la educación de adultos. Incluso empresas públicas de seguros (Life Insurance Corporation of India), cajas de ahorro (Small Savings) y la banca han utilizado el teatro de marionetas y la *katha*¹⁰ para darse a conocer.

En Gran Bretaña el CDCA (Centro para las Artes en Comunicación para el Desarrollo), tiene la sede en Winchester (Gran Bretaña) mantiene relaciones con las Universidades de Zambia y las Universidades de Dhaka y Kulna, en Bangladesh. Dichas relaciones tiene el doble objetivo de desarrollar currículos sobre teatro para el desarrollo, dentro de estas universidades, y de formar a personas y a animadores para que, mediante el teatro, promuevan el autodesarrollo, siempre bajo el signo de la participación¹¹.

En concreto, el CDCA, comenzó en Zambia, en 1998, un programa titulado *Demos una voz a los marginados*, y continuó en Nepal, con teatro de calle sobre los derechos humanos. En ambos casos se utilizó el mismo proceso participativo, que comenzaba con charlas informales, discusiones y grupos de trabajo con diferentes grupos, lo cual contribuía a reunir impresiones, informaciones sobre determinados tópicos y ayudaba a establecer las prioridades de intervención. En los grupos de trabajo se empleaba la improvisación y la expresión no verbal y estas improvisaciones eran retomadas por determinados voluntarios que las ponían, posteriormente, en escena.

Resulta interesante retroceder unos años para observar el pensamiento sobre las nuevas tecnologías y sobre la sociedad de la información. En los años ochenta se comparaba la tecnología sofisticada (por ejemplo los satéli-

9. A. Burke, *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999, p. 56. (Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.)

10. La *katha* es un monodrama interpretado por un solo actor que representa múltiples personajes. Cf. D. Mukhopadhyay, «La quadrature du cercle: La technologie et les médias traditionnels», en *Tiers Mondes*, núm. 3, Effects des technologies de communication sur les identités culturelles, Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication y Centre d'Etudes Comparatives sur le Développement, París, mayo de 1988, pp. 22-23.

11. T. Prentki, D. Pammenter y A. Mavrocordatos, «Cultural Rights: Development Wrongs», en *Culturelink, Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, special issue 2000, Zagreb, 2000, p. 45.

tes) con la tecnología endógena, de forma que se contraponía una tecnología de mil libras esterlinas a una de una libra esterlina¹².

Si pensamos en comunicación hoy, cabe también contraponer una tecnología que pueda ser relativamente costosa (Internet) con los instrumentos tradicionales de comunicación (teatro, danza, cantos...). Hoy no tiene sentido negar el acceso a Internet, pero puede encontrarse una alternativa intermedia, por ejemplo de cien libras, por medio de telecentros, que son económicos porque son utilizados por múltiples usuarios. Esta aproximación intermedia se representa por medio de iniciativas participativas, como la radio comunicativa.

3.2. MEDIOS ESCRITOS

Los medios escritos pueden ser usados de muchas maneras. A veces ellos mismos constituyen el objetivo de la acción comunicativa, lo cual sucede cuando se busca crear un diario, un manual o un *newsletter*. Otras veces constituyen el medio para comunicar.

Los medios escritos pueden combinar texto e imágenes dependiendo de cuál sea el propósito de su utilización. Si se busca precisión, la utilización de la palabra escrita es un medio eficaz, pero se enfrenta con la posibilidad de que los contenidos en este formato no sean comprendidos, por falta de alfabetización.

Es un medio relativamente barato, sobre todo si son impresos o pequeños cuadernillos, ya que cuando se trata de manuales puede resultar costoso¹³. Los manuales constituyen un medio eficaz de diseminación de informa-

12. Esta contraposición es de E. F. Schumacher. En S. A. Sonaike, «Comment faire face aux conséquences indésirables des transferts de technologie de communication. Le cas de Nigérie», en *Tiers Mondes*, núm. 3, *Effects des Technologies de Communication sur les Identités Culturelles*, Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication y Centre d'Études Comparatives sur le Développement, París, mayo de 1988, pp. 99-106.

13. El coste de realización puede ser elevado, pero luego la impresión y difusión son muy reducidos. Ver P. Norrish, K. L. Margan y M. Myers, *Improved Communication Strategies for Renewable Natural Resource Research Outputs. Socio-economic Methodologies for Natural Research. Best Practice Guidelines*, Natural Resources Institute, Chatham, Gran Bretaña, p. 6, de anexos.

ción, que pueden ser elaborados para satisfacer las necesidades de una determinada comunidad. De todas formas, a la hora de evaluar el uso de los medios, resulta evidente que debe tenerse en cuenta no solo los costes, sino buscar algún ratio que pueda medir la efectividad, dependiendo del objetivo buscado y de los costes.

Además de los manuales y los *newsletters* están los *posters*, panfletos, cuadernillos, papelógrafos. Los *posters* pueden ser de diferentes tamaños, que puede ir desde incluso el tamaño de una hoja de papel A3 hasta el tamaño de una pancarta. En el *poster* la efectividad depende de la exposición repetida. En el manual de la FAO¹⁴ se le da mucha importancia al papelógrafo, sobre todo si son grupos pequeños, ya que permite la utilización de imágenes, se pueden preparar gráficos en detalle. A la vez, sirve como instrumento de recogida de opiniones, de problemas y de soluciones. Incluso, se puede utilizar para mostrar historias cortas, mediante dibujos en cada hoja. En este sentido, es interesante utilizar imágenes, por ejemplo con pequeñas frases, o palabras, de forma que sean instantáneamente accesibles.

Los *newsletters* y los *posters* tienen un coste reducido, si bien ambos tienen objetivos relativamente diferentes. Los *newsletters* suelen tener periodicidad, y aunque puedan disponer de gráficos o de fotografías, requieren un cierto grado de alfabetización.

3.3. MEDIOS AUDIOVISUALES

La **radio** tiene costes bajos y permite coberturas localizadas o muy amplias. Está indicada para todo tipo de contenidos: informaciones, entretenimiento y formación, a la vez que puede ser utilizada para fomentar la discusión o la toma de conciencia sobre un determinado asunto de índole política, social, ecológica y cultural.

En el caso de la comunicación para el desarrollo, muchas veces la primera acción puede ser el establecimiento de una radio local, con unas determinadas horas de emisión, y en la que puedan participar los diferentes elementos de la comunidad, con el fin de comenzar —y después fomentar— la participación en los procesos de desa-

14. P. Mefalopulos y Ch. Kamlongera, *Participatory Communication Strategy Design, A Hand Book*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, segunda edición, Roma, 2004, pp. 59 y ss.

rollo. Con ello se puede garantizar el seguimiento de un determinado objetivo de desarrollo. Resulta también eficaz en la comunicación de un cierto riesgo que se avecine.

La radio permite ofrecer programas que mezclen el entretenimiento y las informaciones, por ejemplo integrándoles en una serie (*radiodramas*). En Kenia, se ha utilizado el radiodrama para que los ganaderos no diesen anti-vermífugos a sus animales, transmitiendo el mensaje de que la mejor manera de que los animales no tengan parásitos es darles buena comida y agua limpia, evitando que pasten en aguas pantanosas. En una encuesta de Tanzania, el 82 % de los entrevistados señalaban que habían adoptado métodos de prevención contra el SIDA después de haber oído un radiodrama¹⁵.

No existe ningún medio exento de inconvenientes. En este caso, cabe señalar que la radio es un medio en el que los mensajes son efímeros, por lo que se requiere la repetición, para asegurar que los mensajes permanezcan. Como consecuencia de la falta de imágenes, la radio no es útil a la hora de ser utilizada como instrumento de formación, especialmente si hay aspectos técnicos; pero ya se ha señalado que lo mejor es utilizar varios medios conjuntamente, o mejor varios medios y la comunicación interpersonal.

La radio puede servir como mecanismo de acceso y de motivación a las nuevas tecnologías. El mejor ejemplo de complementariedad de los nuevos y viejos medios lo ofrece el proyecto iniciado por la UNESCO (Kothmale Community Radio Internet Project), en Sri Lanka, que utiliza la radio como vehículo de intermediación entre la comunidad e Internet. La radio se convierte en un Internet asíncrono, durante una hora al día. Durante esa hora, la radio navega en Internet, mientras comenta y discute sobre los contenidos de la navegación, siendo los oyentes quienes solicitan determinadas navegaciones. El complemento del programa está en que ofrece dos conexiones a Internet en dos bibliotecas públicas. Con ello se consigue informar y motivar de la existencia de Internet a la comunidad de Kothmale.

Es un medio muy utilizado en la comunicación para el desarrollo, ya que puede llegar a un gran número de personas, con muy poco coste. Incluso en zonas en las que no hay electricidad, la radio puede ser utilizada mediante baterías, aunque a veces son difíciles de conseguir, por lo que hace una década se comenzaron a comerciali-

15. *World Telecommunication Development Report 2003*, ITU, Ginebra, 2004, p. 84.

zar radios que se cargan mediante dinamos. La radio puede utilizarse simultáneamente con otras actividades (lo cual constituye una ventaja, a la vez que un inconveniente).

A la radio se le ha asignado diferentes tareas. Una, la **cultural**, que ofrece programas destinados a informar sobre aspectos de la vida comunitaria o sobre determinados problemas y sus soluciones. Se parece a la radio **participativa**, pero en esta se pone el acento en que la decisión sobre los programas se tome dentro de la propia comunidad. Así, la sección de Zimbabue de la Federación Africana de Mujeres de Medios, acordó proveer a la población rural de acceso a la radio, para poder compartir y discutir ideas, de forma que sean los oyentes quienes diseñan la programación y quienes contribuyen a la realización de los programas expresando sus opiniones, intereses, etc¹⁶. Una tercera tarea es la **educativa**, que busca ofrecer conocimiento sobre un determinado aspecto de la realidad y que puede estar integrada en la educación formalizada, como en muchos países latinoamericanos.

La radio es interesante porque puede conectar con la tradición oral que caracteriza a muchas comunidades en los países en vías de desarrollo, y porque resulta más barata que la televisión a la hora de ofrecer programaciones en diferentes lenguas, por lo que puede decirse que la radio permite una segmentación lingüística y geográfica mayor que la televisión.

Debido a que la radio es uno de los medios más usados en los países en vías de desarrollo, la DFID financió a la Commonwealth Broadcasting Association (CBA) para que desarrollara un programa destinado a producir programas que fueran respetuosos con la igualdad de género. Se trataba de cursos a los que asistían directivos y productores para sensibilizarlos con las cuestiones de género. Este programa ha recibido críticas porque se ha focalizado fundamentalmente en sensibilizar al personal de la radio, descuidando la labor entre las personas, es decir, entre los oyentes¹⁷.

16. P. Mefalopulos y Ch. Kamlongera, *Participatory Communication Strategy Design, A Hand book*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, segunda edición, Roma, 2004, p. 57.

17. A. Burke, *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999, p. 72. (Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.)

Desde el momento en que existen más radios que televisiones, en estos países resulta un medio fundamental para transmitir mensajes de alarmas, como por ejemplo contra las plagas.

La televisión tiene la ventaja de ofrecer imágenes en movimiento y sonido (lo que hace que ideas complejas puedan ser comprensibles) y puede llegar a grandes audiencias. Además, pueden utilizarse las series de entretenimiento educativo, para lo cual es interesante que las propias televisiones se involucren como partícipes en las operaciones de comunicación para el desarrollo (telenovelas con objetivo de desarrollo).

Entre los inconvenientes de la televisión destacan la unidireccionalidad, los elevados costes de producción y la necesidad de disponer de receptores, que no todas las personas pueden permitirse adquirir, especialmente en las zonas más deprimidas económicamente.

En el Nepal, la radio y la televisión se han usado tradicionalmente para la formación a distancia de los maestros. El programa Radio Education Teacher Training Project ha servido para formar a 5.000 maestros de primaria. En Bolivia y en El Salvador el proyecto IRI (Interactive Radio Instruction) ayuda a los profesores de matemáticas a formarse y a mejorar las técnicas de enseñanza. En la India, ha servido para mejorar las técnicas de enseñanza del inglés. La televisión se ha utilizado con los mismos propósitos en Brasil y México.

Hoy, incluso en países como Estados Unidos y Canadá, las emisiones de radio y especialmente de televisión se utilizan con propósitos educativos, muchas veces por medio de programas grabados, difundidos mediante cassetes de vídeo.

El **vídeo** es un instrumento adaptable. En la cooperación para el desarrollo ha constituido un medio comúnmente usado, sobre todo con propósito educativo. Tiene muchas ventajas; entre ellas, que no se necesita estar alfabetizado para poder acceder a él. El vídeo puede ser compartido de forma *horizontal*, al poder mostrar experiencias de una comunidad a otras comunidades. Pueden ser utilizados también de manera *vertical*, en la medida en que un vídeo puede ser visto por todos los partícipes del proyecto de desarrollo: los propios miembros de la comunidad y los miembros de las ONGs, de los organismos participantes o de los responsa-

bles políticos¹⁸. Es especialmente efectivo cuando se trata de ofrecer información técnica o detallada, al poder ser visto repetidas veces.

Los problemas con el vídeo proceden de que se necesita electricidad o baterías, que como en el caso de la radio, no siempre pueden estar disponibles, y de que, aunque el manejo es relativamente fácil, puede ser necesario tener algunos conocimientos de edición que permitan una mejor presentación.

3.4. INTERNET

Internet permite la enseñanza a distancia y puede tener ventajas sobre las viejas tecnologías, pero algunos investigadores son muy críticos con la mercantilización de la educación. La educación por medio de Internet se sitúa en el cruce de la formación y de la comunicación y le caracterizaría una contradicción fundamental: «el proyecto de autoservicio [en educación] descansa en un postulado que dista mucho de haber sido demostrado, que es el de la capacidad del usuario en constituirse desde el comienzo del proceso pedagógico en sujeto autónomo, mientras que su estatus probablemente lo coloca en la situación de tener que hacer el aprendizaje de una autonomía que solo se adquiere definitivamente al final»¹⁹. La crítica va contra la idea de la formación a medida o del *supermercado de la educación*, en la que el alumno elige entre varias opciones, independientemente del soporte; sin embargo, la idea del supermercado o autoservicio es más fácilmente visualizable si la oferta es por medio de Internet.

18. En Tanzania, los resultados de un proyecto de cooperación en una zona de pescadores eran comunicados mediante vídeo a otras zonas, y también a los ministros. A su vez, los ministros eran filmados y mostrados a los pescadores. A. Burke, *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999, p. 68. (Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.)

19. P. Moeglin (Comp.), *L'industrialization de la formation. Etat de la question*, Centre National de Documentation Pédagogique, París, 1998.

Características de los medios

Tipo de comunicación	Interactividad personal	Número de fuentes	Modelo de comunicación	Contenido	Sincronicidad temporal	Alfabetización
(1) Medios de comunicación						
Carteles	No	Una	1-X	T, I	No aplicable	No
Diarios	No	Una	1-X	T, I	No aplicable	Sí
Revistas	No	Una	1-X	T, I	No aplicable	Sí
Radio	No	Varias	1-X	S	No aplicable	No
TV generalista	No	Varias	1-X	S, V, (T)	No aplicable	No
TV cable	No	muchas	1-X	S, V, (T)	No aplicable	No
TV satélite	No	muchas	1-X	S, V, (T)	No aplicable	No
(2) Medios interactivos (*)						
CD Interactivo DVD Interactivo	No	Una/Varias	1-X	T, I, S, V	Sí	Sí
TV Interactiva	No	varias	1-X	T, I, S, V	Sí	No
Buscadores en Internet	No	Varias	1-X	T, I, S, V	Sí	Sí
Bases de datos en Internet	No	Varias	1-X	T, I, S, V	Sí	Sí
(3) Comunicación interpersonal						
Correo	Sí	Una	1-1	T	No	Sí
Fax	Sí	Una	1-1	T	No	Sí
Teléfono	Sí	Una	1-1	S	Sí	No
Videófono	Sí	Una	1-1	S	Sí	No
Cara a cara	Sí	Una	1-1	S, V, E	Sí	No
Cara a cara (en grupo)	Sí	Varias	V-V	S, V, E	Sí	No
Asamblea o encuentro	Sí	Muchas	X-X	S, V, E	Sí	No

Características de los medios (continuación)

Tipo de comunicación	Interactividad personal	Número de fuentes	Modelo de comunicación	Contenido	Sincronicidad temporal	Alfabetización
(4) Comunicación por medio de ordenador (*)						
Correo electrónico	Sí	Una	1-1	T	No	Sí
Blogs	Sí	Muchas	X-X	T, S, I, V	No	Sí
Podcast	Sí	Muchas	X-X	S	No	Sí
Teléfono	Sí	Una	1-1	S	Sí	Sí
Chats	Sí	Una/Varias	1-1 Varias-Varias	T	Sí	Sí
Listas	Sí	Muchas	1-X X-X	T (S, I, V)	No	Sí
Grupos de noticias	Sí	Muchas	X-X	T (S, I, V)	No	Sí
TV por Internet	No	Muchas	1-X	S, I, V(T)	No	Sí
<i>Peer to peer</i>	Sí	Muchas	X-X	S, I, V(T)	Sí	Sí
Comunidades virtuales	Sí	Muchas	X-X	S, I, V(T)	No (Sí)	Sí
Páginas web en general	No	Muchas	X-X	S, I, V(T)	No	Sí

(*) En este caso existe además interactividad instrumental (con la máquina).

Notas:

1-1: uno a uno; V-V: varios a varios; X-X: muchos a muchos; 1-X: uno a muchos.

T: texto; S: sonido; I: imagen; V: vídeo; en el caso de la comunicación interpersonal se refiere a la imagen del otro (otros) en movimiento; E: experiencial, que únicamente se aplica a la comunicación presencial, entre seres humanos; (S, I, V): con posibilidad de imagen, sonido y vídeo, que, por ahora, son minoritarios; (T): con posibilidad de texto. En general, los paréntesis marcan la posibilidad.

Fuente: Adaptación de la tabla de D. L. Hoffman y Th. P. Novak, *Marketing in Hipermidia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations*, Working Paper núm. 1. Project 2000: Research Programm on Marketing in Computer-Mediated Environments, Owen at Vanderbilt, 1995, p. 10. Publicado en *Journal of Marketing*, 60 julio de 1996, pp. 50-68.

En la tabla, únicamente se aplica el término comunicación cuando existe interactividad entre las personas, aunque aquella no esté sincronizada en tiempo real. En caso contrario, se habla de medios de comunicación de masas o de medios interactivos.

Lo que debe destacarse es que en Internet puede aumentar el número de fuentes de información o el número de personas que intervienen. Además, la comunicación por medio de redes de ordenadores (4) incluye todos los medios anteriores [(1), (2) e incluso (3)], agregando o matizando alguno de ellos.

Para una mejor claridad, en la tabla no se han incluido en la comunicación por medio de ordenador (4) los medios, interactivos o no, como diarios, revistas, radios, TV interactiva, a los que se podría acceder por Internet.

En (4) se matizan las comunicaciones entre grupos de personas, ya que permite distintas opciones. Se puede comunicar de persona a persona, de uno a varios²⁰, o entre varios y varios. En este último tipo de comunicaciones destacan las redes P2P, como Kazaa, eMule, etc., que permiten intercambiar contenidos. Esta tecnología de intercambio ha pasado de ser utilizada entre individuos, con uso no comercial, a ser incluido dentro de las estrategias de los grupos de comunicación.

En la actualidad, el grupo alemán Bertelsmann utiliza tecnología P2P (Arveto) en algunos de sus sitios de venta de música en Internet, que permite efectuar la descarga a partir de varios ordenadores, cada uno de ellos gestionando una parte de la descarga, con lo cual se gana en rapidez. Existen además las bitácoras, las listas, los grupos de noticias, las comunidades virtuales, etc. Debe destacarse que en todas las actividades de (4) se requiere un cierto grado de alfabetismo alfanumérico, que es diferente del alfabetismo escrito.

20. Uno a varios es la visión de la televisión o la lectura de prensa por medio e Internet.

Propuestas y líneas de actuación con relación a las TICs



La construcción de una sociedad de la información que permita alcanzar las ventajas económicas y sociales que suelen considerarse, requiere actuaciones de alcance nacional e internacional.

El problema es que las acciones de comunicación para el desarrollo presentes y futuras deben diferir en algo de las acciones anteriores, ya que supuestamente han contribuido a que continúen existiendo diferencias entre los países. Se trata de potenciar acciones que, además de no agrandar las diferencias, puedan ayudar a reducirla.

Una de las acciones diferentes debe de ser el fomento de la participación de todos los agentes implicados —sociedad civil, gobiernos, la industria y la comunidad científica y tecnológica¹— para hacer realidad lo que E. Neveu² denomina *mitemas*, concepto que quiere dar cuenta de cinco promesas —abundancia, democratización, autonomía de los individuos, mundialización, contracción del espacio y del tiempo— y que conjuntamente, mientras no se materialicen, constituirían el mito de la sociedad de la comunicación.

Por otro lado, resulta esencial potenciar las TICs, no solo porque constituyen una industria de peso creciente en la economía, sino porque son transversales a todos los ámbitos de la economía y de la sociedad, ámbitos en los que puede influir de manera positiva, ya que constituyen herramientas que pueden ser utilizadas para reducir la pobreza, el hambre, la desigualdad de género, el analfabetismo y la mortalidad infantil, y para mejorar las condiciones de salud.

Los ámbitos de actuación pueden ser los siguientes³:

—**Creación de infraestructuras.** Es un paso previo, pero el uso efectivo de las tecnologías de la comunicación implica más que la expansión de las infraestructuras, ya que estas están también relacionadas con el acceso. Una manera de no caer en el *infraestructurismo* (primar las infraestructuras y esperar que venga todo lo demás: acceso, desarrollo, crecimiento y disminución de la brecha digital) es con la creación de planes en los que las infraestructuras y las TICs en general, estén al servicio de los objetivos diseñados en estos planes.

1. Mansell considera este cuarto agente: la comunidad científica y tecnológica. Cf. R. Mansell y U. Wehn, *Knowledge societies. Information Technology for Sustainable Development*, Oxford University Press, Nueva York, 1998.

2. E. Neveu, *Une société de communication*, Montchrestien, París, 1994, pp. 53-71.

3. Inspirado en R. Mansell y U. Wehn, *Knowledge societies. Information Technology for Sustainable Development*, Civil Society Statement on the World summit on the Information Society, 18-12-2005, p. 7.

Al diseñar las infraestructuras en función de las necesidades de los diferentes grupos que componen la economía, la administración y la sociedad, se rompería también con el *cibercentrismo* —cuando únicamente se potencian actividades de las TICs para aumentar las propias TICs o las actividades relacionadas con ellas—, como sucedería al crear infraestructuras para poder expandir el comercio electrónico. Esto no significa que no deban considerarse acciones de este tipo, sino que se trata de subrayar el carácter instrumental de la tecnología, que debe estar al servicio de lo humano.

—**Promoción del acceso.** La promoción del acceso es plurisecuencial. El poder acceder a una tecnología, por ejemplo Internet, debe ser complementado con la formación y creación del saber hacer necesario y de la necesaria motivación para querer acceder. Esto último supone mostrar usos determinados que puedan mejorar el nivel de comunicación, de información y de conocimiento, lo cual se consigue por medio de *métodos formales* —mediante la introducción de las TICs en todos los niveles de enseñanza, como instrumento complementario de aprendizaje y comunicación— así como por medio de *métodos más informales*, mediante campañas destinadas a colectivos concretos, con objetivos generales —uso de las TICs en las PMEs— o concretos —ventajas e inconvenientes del comercio electrónico en Internet—.

—**Nuevas formas de organización.** La transversalidad, las oportunidades y los desafíos de las TICs requieren nuevas formas de organización, que permitan hacer efectiva la realización de las oportunidades, minimizando los riesgos.

Esto se consigue mediante el necesario diseño de organigramas en el interior de las industrias, de las empresas, de las universidades y de la propia administración. Esta última tiene la responsabilidad de utilizar las TICs para mejorar su funcionamiento y las relaciones con los ciudadanos, así como para gestionar el conjunto de la economía y sociedad. Por ello, resulta interesante establecer organismos específicamente encargados de la innovación, del diseño y de la implementación de acciones, en donde estén todos los partícipes.

Las nuevas formas de organización implican la creación, a su vez, de algún organismo que se ocupe no solo de las TICs —seguimiento, propuestas de iniciativas, estudios de viabilidad, asesoramiento sobre prioridades—, sino también de los mecanismos de comunicación más clásicos y que en muchos países pueden resultar complementarios e incluso fundamentales.

En el fondo se trata de romper con la tendencia a asignar a las TICs un papel meramente económico o industrial. Por el contrario, se trata de subrayar el papel que pueden desempeñar en el ámbito de la comunicación, sin perjuicio de las relaciones de complementariedad y de coordinación que mantenga con otros organismos y sus políticas.

Las nuevas formas de organización requieren también el diseño nuevos mecanismos de cooperación internacional. El Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe, conocido como eLAC, muestra el ejemplo de una colaboración en este sentido. Esta cooperación regional puede ser fructífera también a la hora de participar en otros foros, como la UIT.

—**La potenciación de la comunidad científica y tecnológica** es fundamental. Esta puede contribuir al desarrollo de las innovaciones que más se ajustan a las necesidades concretas de una comunidad determinada. La comunidad científica puede aprovechar el alto grado de globalización que le caracteriza, ya que puede intercambiar y compartir conocimientos.

—Participar en el **desarrollo y seguimiento** del entorno de las TICs. Los estándares, los derechos de propiedad intelectual y las cuestiones relativas a la gobernanza son discutidas a nivel internacional o global y resulta fundamental participar en la adopción de reglas y normas en todos los ámbitos relativos a las TICs. Implica también la participación y actuación en las discusiones sobre el establecimiento de indicadores para monitorizar los diferentes aspectos implicados en la SI. Deberá hacerse un esfuerzo para crear indicadores cualitativos, que complementen a los existentes, de cara a buscar medir los aspectos humanos en todas las actividades.

—**Financiación.** Debe establecerse un inventario de todas las formas de financiación del desarrollo, a la vez que deben buscarse nuevas formas. Debe dedicarse particular interés al estudio de fórmulas en las que la iniciativa privada se conjuga con la pública.

—**Cooperación.** De la misma manera que en el interior de un país deben establecerse mecanismos de participación de todos los componentes de la sociedad, los países deben establecer mecanismos formales de intercambio y cooperación a todos los niveles. El intercambio de experiencias, la coordinación de políticas nacionales de comunicación y la elaboración de estrategias en diferentes ámbitos, como la salud, la educación, el comercio electrónico, la administración electrónica, etc., pueden resultar provechosas para elaborar políticas concretas de actuación a nivel regional o nacional. En este sentido, resulta interesante la experiencia de la

UNCSTD (Comisión de Naciones Unidas de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo), que en 1997 estableció unas líneas de actuación relativas a las políticas nacionales de las TICs⁴.

PLAN DE ACCIÓN SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (ELAC 2007)⁵.

Las propuestas anteriores tiene carácter general y deben ser vistas como las principales áreas de actuación, especialmente en los países en desarrollo. El Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe (eLAC 2007) ofrece un ejemplo de materialización de los puntos anteriores, con una diferente organización. Es destacable que el eLAC 2007 sea un proyecto regional entre países diversos, pero que cuentan con muchos factores comunes de cercanía territorial y de lengua que puede estimular el *desarrollo humano, sostenible y participativo*, en la región.

El Plan de Acción consta de 30 metas, y 70 submetas, denominadas *medidas*, de diferente concreción, clasificadas en cinco apartados, realizables en diferentes fechas, que van desde noviembre del 2005 hasta mediados del 2007. Sin carácter exhaustivo, se resumen a continuación los apartados y las submetas, para dar cuenta de los ámbitos de las propuestas:

Acceso e inclusión digital. En este apartado se considera la promoción de la infraestructura regional de las TICs, la oferta de servicios de capacitación e información, la disminución del número de usuarios potenciales por centro de acceso a Internet, la duplicación del número de escuelas públicas y de bibliotecas conectadas a Internet, duplicación del número de hospitales conectados, el desarrollo del teletrabajo, la conexión a Internet de gobiernos locales y el desarrollo de la televisión digital.

4. Informe sobre el tercer período de sesiones (12 al 16 de mayo de 1997). http://www.unctad.org/sp/docs/ecn1611997d9_sp.pdf.

5. Disponible en Internet en <http://www.apc.org>.

Creación de capacidades y de conocimientos. Incluye a grupos de trabajo sobre el *software* libre y propietario, desarrollo de la industria del *software*, alfabetización y capacitación de las personas, con especial énfasis en determinados colectivos (comunidades desfavorecidas, pueblos indígenas,..), redes de investigación y científicas a nivel nacional y regional, apoyo a las empresas, apoyo a la creación de contenidos y participación en el grupo de gobernación de Internet de las Naciones Unidas.

Transparencia y eficiencia públicas e instrumentos de política. Creación de REDGEALC (Red de Gobierno Electrónico de América Latina y el Caribe), interoperabilidad, promoción de ventanillas únicas, de pago y de contratación electrónicas en la administración, creación de portales educativos y de salud nacionales y regionales, prevención de catástrofes, promoción de iniciativas para uso de las TICs en protección medioambiental y promoción del acceso a la información pública, así como al patrimonio por medio de las TICs.

Instrumentos de política. Crear una instancia coordinadora de las estrategias nacionales que busque la participación del sector privado y de la sociedad civil, creación de grupos de trabajo sobre la financiación del desarrollo de las TICs, políticas de acceso universal. Se considera también la creación de marcos legislativos que busquen la seguridad en las redes a la vez que la protección de la privacidad. También, de acuerdo con el Programa de Acciones de Túnez, se considera el desarrollo de indicadores de acceso y uso de las TICs, así como la elaboración de estudios sobre el impactos de las TICs en lo económico y en lo social y la creación de un Observatorio para la SI en Latinoamérica y el Caribe (OSILAC).

Entorno habilitador. Bajo este título algo genérico, se recogen medidas relativas a la cooperación internacional, como el seguimiento de la ejecución de la eLAC 2007, facilitar el acceso a los beneficios de la SI a los países con más dificultades, superación de obstáculos como es la deuda externa y solicitud a la UIT para que informe periódicamente sobre diversos asuntos.

Una vez considerados los distintos apartados cabe hacer las siguientes apreciaciones:

Se habla de medidas, pero en algunos casos son objetivos en sí. Por eso debieran haberse explicitado objetivos y acciones concretas. Lo que se denominan *metas* debieran haberse denominado *ámbitos de actuación*, ya que tienen un carácter general⁶. A título de ejemplo, la medida 6.3: «promover programas de capacitación en TICs pa-

6. Así la meta primera se denomina Infraestructura regional y la segunda, Centros comunitarios.

ra funcionarios públicos locales» es más un instrumento que un objetivo, ya que este podría ser definido como la potenciación de la administración electrónica de ámbito local, para poder efectuar electrónicamente diversas gestiones de uso corriente. En caso contrario, el objetivo es un objetivo en sí mismo, con lo que se contraviene el párrafo noveno de la Declaración de Principios de Ginebra, que establece que las TICs no son un medio en sí mismas.

Las metas son muchas veces genéricas. Utilizando como ejemplo la medida 6.3 anteriormente aludida, parece que es fácil de cumplir, ya que se refiere a programas de capacitación, sin establecer ni número, ni duración, ni ámbito. El establecimiento de metas temporales, en algún caso con un horizonte muy breve, puede ser consecuencia del efecto de la Declaración del Milenio, en la que se establecen múltiples objetivos, con plazos determinados. Ahora bien, el no cumplimiento o la generalidad anteriormente aludida puede crear tensiones y desilusiones ante la imposibilidad de alcanzar las metas propuestas.

A modo de conclusión



El NOMIC diagnosticó e inventarió los problemas fundamentales en el ámbito comunicativo, pero falló porque no se propusieron ni pusieron en práctica medidas concretas. También la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información ha fallado. La estructuración en dos etapas no ha cumplido su propósito. Al menos, en la segunda etapa, la Cumbre de Túnez debía aportar medidas precisas.

En concreto, las discusiones sobre la búsqueda de nuevos mecanismos de financiación para el desarrollo de las tecnologías de la información se difuminó. Esto supone una contradicción fundamental: si las tecnologías de la información y de la comunicación se caracterizan por su transversalidad y por su importancia creciente y fundamental en el desarrollo de las naciones, y si tienen un carácter prioritario, resulta lógico pensar que los mecanismos de financiación deben ser de naturaleza diferente y estar a la altura de los retos. En marzo del 2005 se constituyó el Fondo de Solidaridad Digital, pero únicamente sobre la base del voluntariado, por lo que es el alcance de este nuevo fondo es muy limitado y queda lejos del propósito inicial.

Al menos se creó el IGF —Foro para la Gobernación de Internet—, que aunque tiene carácter consultivo, puede servir para mantener viva la necesidad de gestionar de manera global algo, Internet, que esencialmente tiene esta característica.

Entre los resultados positivos de la Cumbre Mundial puede destacarse la presencia institucional de la sociedad civil, que pudo participar en los plenarios oficiales y en los subcomités. La creación de un Grupo de Trabajo sobre la Gobernación de Internet creó un precedente importante al trabajar la sociedad civil en paridad con el resto de los actores. Es de esperar que este precedente fortalezca la presencia de la sociedad civil en otras áreas, como el desarme, la paz, el medio ambiente, etc.¹

El reconocimiento de la cada vez mayor interconexión entre países y de la globalización de cuestiones como la propia gobernación de Internet, y las actividades anexas, como los derechos de propiedad intelectual, implica la necesidad de la regulación en el seno de organismos globales. En este sentido, la sociedad civil, con ocasión de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, reconoce que la ONU, aunque en la actualidad presenta

1. «Much more could have been achieved», Civil Society Statement on the World summit on the Information Society, 18-12-2005, p. 7. Disponible en <http://www.wsis-cs.org>.

ineficiencias y déficits democráticos, continúa siendo un lugar legítimo de discusión, por cuanto en él participan muy diversos países.² Resulta necesario potenciar la UNESCO para que recobre la vitalidad que en un tiempo le caracterizó, de cara a ejercer el papel que le corresponde en el ámbito de la cultura y de la comunicación. Esta necesidad proviene del hecho que no existe ningún organismo mundial mejor situado, hoy por hoy, para ejercer el liderazgo, o al menos la cobertura organizativa y financiera que requiere la construcción efectiva de una nueva sociedad de la información. En este sentido, es loable la tarea de reorganización que UNESCO ha emprendido y que puede aumentar su visibilidad y su operatividad en los ámbitos mencionados.

Si las TICs suponen unos cambios tan profundos, resulta necesario pensar que se requieren también innovaciones que faciliten e integren dichos cambios en las esferas institucional, social y económica. Las TICs pueden ser vistas como instrumentos de comunicación, pero no debe de perderse de vista que también son instrumentos de desarrollo, de forma que las estrategias de desarrollo de las TICs deben estar relacionadas con las estrategias generales de desarrollo y en especial con las estrategias de erradicación de la pobreza.

A la sociedad de la información le caracteriza la innovación. A cada uno de los agentes les toca buscar la innovación en las actividades que les corresponde. Los gobiernos y organismos internacionales tienen misiones específicas: entre otras, la elaboración de leyes y reglamentos, la resolución de conflictos y la cooperación internacional. Deben además promover el acceso y las infraestructuras necesarias, así como el establecimiento de políticas de formación y de motivación para su uso. Deben establecer también los mecanismos necesarios para que la sociedad civil y el denominado sector privado (las empresas) colaboren en dicha elaboración. La sociedad civil encuentra su especificidad en buscar nuevas formas de humanización de la política y en promover las perspectivas de los grupos marginados y excluidos, persiguiendo que las políticas se basen en las personas e incluyan a todos los miembros de la sociedad. La innovación debe buscar también el establecimiento de nuevas formas de implementar y concebir políticas industriales, de comunicación y de ayuda al desarrollo.

La sociedad de la información debe basarse en los derechos humanos, que incluyen los derechos civiles, políticos, sociales y económicos, de forma que la promoción y la construcción de la SI debe ser equivalente a la pro-

2. «Much more could have been achieved», Civil Society Statement on the World summit on the Information Society, 18-12-2005, p. 7. Disponible en <http://www.wsis-cs.org>.

moción de todos los derechos humanos, sin excepción. Unos derechos fundamentales son los de información y asociación. A pesar de que continuamente se nombran, están lejos de alcanzarse, como lo demostraron las trabas que el Gobierno tunecino puso a la celebración de la Cumbre de Ciudadanos sobre la Sociedad de la Información.

En los textos de la cumbre se ha reafirmado el principio de la libertad de expresión, haciéndose eco del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Sin embargo, no existen referencias a la promoción del pluralismo y a la contención de la concentración en el sector de las industrias culturales. En concreto no se hace referencia a los medios populares (telecentros, medios comunitarios), verdaderos artífices naturales de la participación. Para muchas personas y muchas comunidades estos medios constituyen su primer acceso a la SI y por tanto se deben considerar como complementarios de los nuevos medios, como Internet. Esto es lo que se conoce como *comunicación para la emancipación*, que de manera precisa puede ser definida como la acción de perseguir que la información y la comunicación sea accesible a los pobres, además de que estos estén presentes en los medios, es decir que se hable de ellos y de sus problemas. Afortunadamente, muchos organismos tienen este objetivo como primera misión, como el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la *Communication for Social Change*.

Cabe preguntarse si, a pesar del esfuerzo dedicado a ayudar económicamente a los países subdesarrollados, se puede llegar a reducir las disparidades. Lo que sí es impensable es que el equipamiento implique que los países más pobres caminen al mismo ritmo que los países desarrollados. Basta con que pensemos que una cosa son las infraestructuras —en algunos países no existe electricidad permanente— y otra la capacidad de gestión de las infraestructuras —reparación y mantenimiento—. Se necesita además poder acceder, para lo cual se requiere preparación, y tener contenidos.

En este sentido, resulta necesario relacionar objetivos sociales y tecnologías y no al revés. Esto significa que debe haber una cierta planificación y, por tanto, objetivos, medios, prioridades, etc., que resultan difíciles para un país con estrecheces. Por tanto la colaboración con los países en vías de desarrollo debe ser en todos los ámbitos. No solo en acciones concretas, sino también ayudando a los responsables gubernamentales a establecer políticas de infraestructuras y de fomento del acceso, así como de aplicaciones jerarquizadas: educación, salud, información gubernamental y participación política. Debe impulsarse también la cooperación entre los diferentes responsables de políticas —educativa, industrial, sanitaria, etc.— para establecer los objetivos cualitativos y cuantitativos que se requieran. La cuestión no es fácil, pues aparecen problemas de asignaciones presupuesta-

A MODO DE CONCLUSIÓN

rias a proyectos muy dispares y, al menos en apariencia, contradictorios: mejora de la agricultura o líneas telefónicas (fijas o móviles), etc.

Las políticas culturales y de comunicación son hoy tan necesarias como antes. Cambia la importancia que ha alcanzado la cultura como recurso estratégico (desde el punto de vista económico), cambia el grado de internacionalización, pero las cuestiones fundamentales continúan siendo las mismas: acceso, diálogo cultural, producción y distribución de contenidos, lengua, pluralismo y diversidad. Lo que debe cambiar es el modo de intervención —fomentando la participación—, lo cual añade una dificultad adicional a la de las elaboraciones de política cultural. Se trata de alcanzar un nuevo modelo, que, lejos de intervencionismos centralistas y de todo mercado como principio regulador, se sitúe en una posición de diálogo que recoja las aportaciones y esfuerzos de todas las partes que intervienen en el proceso cultural: la administración, las empresas y la sociedad civil. Y no existen recetas.

Bibliografía



- ADIP ,«ICT for Poverty Reduction. Necessary but Insufficient», ADIP e-Note 6, 2006. En <http://www.apdip.net/apdipenote/6.pdf>.
- ADN ,«Village Phones Arrive in Rwanda», 12 de junio de 2006. En ADNnetworks.com.
- Albright, K. S., «Global Measure of Development and the Information Society», *New Library World*, vol 106, n. 1214/1215, 2005.
- Alfonso, C. A., «Internet Governance. A Review in the Context of the WSIS Process». Instituto del Tercer Mundo (ITEM), julio 2005.
- Angwin, J., «Media Firms Dig Into War Chests For Latest Assault on the Internet», *The Wall Street Journal*, 28-9-2005, A1.
- Armstrong, C y Ford, H., *The African Digital Commons. A participant Guide, 2005*, Commons-Sense Project. Link Centre, Wits University, Johannesburg, South Africa, 2005.
- Babe, R. E., «Understanding the Cultural Ecology Model», en D. Cliche (Ed.), *Cultural Ecology. The Changing Dynamics of Communications*, IIC, Londres, 1997.
- Banco de Desarrollo Interamericano, *Dissemination of Information and Communication Technologies for Development: A framework for Action*, 11 de octubre de 2005.
- Bell, D., *The Coming of the Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Penguin, Harmondsworth, 1973.
- Bosc, H. y Hamad, S., «In A Paperless Worls a New Role for Academic Libraries: Providing Open Access», *Learned Publishing*, Vol.18, n. 2, abril 2005.
- Burch, S., León O. y Tamayo, E., *Se cayó el sistema. Enredos de la Sociedad de la Información*, Agencia Latinoamericana de Información, Quito, Ecuador, julio de 2004.
- Burke, A., *Communications & Development. A Practical Guide*, Social Development Division, Department for International Development, Londres, marzo 1999. Disponible en <http://www.dfid.gov.uk>.
- Canzanelli, G., *Overview and Learned Lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001.
- Castells, M., *La era de la información*, Alianza, Madrid, 1997.
- Castells, M., *La galaxia Internet*, Areté-Plaza Janés, Barcelona, 2001.
- Coalition pour la Diversité Culturelle, *Les politiques culturelles ne doivent pas être soumises aux contraintes des accords de commerce international*, septiembre de 2001, Québec.
- Comisión Europea, *Construir la sociedad europea de la información para todos*, en 1997. Comisión Europea, Bruselas, 1997.
- Comisión Europea, *Crecimiento, Competitividad y Empleo*, [Libro Blanco], Bruselas, 1993.
- Compaine, B. M., «Information Gaps: Myth or Reality?», Program of Information Resources Policy, Harvard University, Cambridge, 1988. Disponible en http://users.primushost.com/~bcompain/information_gaps.htm.

BIBLIOGRAFÍA

- Consejo de Europa, Informe Bangemann: *Europa y la sociedad de la información planetaria*, Informe presentado al Consejo de Europa, Bruselas, mayo de 1994.
- Cortés Carrasco, J. J., *Modelos de comunicación y paradigmas del desarrollo*. Trabajo de investigación, para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados, Universidad del País Vasco-Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, 2005.
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, *Compromiso de Túnez*, Documento WSIS-05/TUNIS/DOC/7-S, 15 de noviembre de 2005.
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, Declaración de *Principios de Ginebra*, Documento WSIS-03/GENEVA/4-S, 12 de mayo de 2004.
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, *Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*, Documento WSIS-03/GENEVA/5-S, párrafo 27, 12 de mayo de 2004.
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, *Programa de Acciones de Túnez para la Sociedad de la Información*, Documento WSIS-II/DOC/6(Rev.1)-S, 25 de noviembre de 2005.
- Curry, J. Y Kenney, M., «Digital Divide or Digital Development?. The Internet in Mexico», En *firstmonday*, vol. 11, n. 3, marzo 2006. Disponible en <http://firstmonday.org>.
- Davison, R. y otros, «Technology Leapfrogging in Developing Countries- An Inevitable Luxury?». Dep. of Information Systems, City University of Hong Kong. *Ejisdsc* (2000), n. 1. Disponible en <http://www.ejisdsc.org>.
- DFID, *Communication Manual. Practical Considerations for Planning and implementing Communication Activities*. NARO, DFID, Department for International Development, Gran Bretaña, 1997.
- Dubois, A. y Cortés, J. J., *Nuevas tecnologías de la Comunicación para el desarrollo humano*, Cuadernos de Trabajo, n. 37, Hegoa, Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, Bilbao, 2005.
- Dubois, A., «Desarrollo Humano», en *Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.
- Echevarría, J., «Nuevas tecnologías, sociedad y democracia». En VV.AA., *Solidaridad en red*, Hegoa, Bilbao, 2005.
- Economic and Social Council, *Review of the First United Nations Decade for the Eradication of Poverty (1997-2006)*, United Nations, 12 de diciembre de 2005.
- eDevelopment Briefing, *Sustainability and the Future of eDevelopment*, en eDevelopment Briefing n. 10, Universidad de Manchester, noviembre de 2005. Disponible en <http://www.manchester.ac.uk/idpm/dig/briefings.htm>.
- Elliot, R., *Who Owns Scientific Data? The Impact of Intellectual Property Rights on the Scientific Publication*, Learned Publishing, Vol.18, n. 2, abril 2005.
- Endo, N., «The Relevance of International Communication for Socio-cultural Development with Special Reference to the New Methodology vis-à-vis the Application to an Engineering Approach», en *Dinamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996.

- Epskamp, K. y otros, «Introduction. Outlining the Debate», en *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, número especial, 2000, Zagreb, 2000.
- FAO, *Effective Communication between Agricultural Research, Extension and Farmers*, Workshop Report, Organizado por varios organismos, entre ellos la FAO, Ora, Italia, 18-22, 2004. Disponible en <http://www.fao.org>.
- Fitzgerald, B., *Open Content Licencing (OCL) for Open Educational Resources*. Disponible en <http://oer.wsis-edu.org/MALMOE/malmoe-Fitzgerald.pdf>
- Fitzgerald, M. y Arnott, D. (eds.), *Marketing Communication Classics*, Business Press, Londres, 1999.
- Forester, T. (Ed.), *The Information Technology Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachussets, 1985.
- G8 Digital Opportunity Task Force, *A Roadmap. Global Policymaking for Information and Communication Technologies*, Implementation Team on Global Policy Participation, G8 Digital Opportunity Task Force.
- García Canclini, N., *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, Conferencia para el seminario sobre Cultura y Desarrollo, Banco Iberoamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.
- Gifreu, J., *El debate internacional de la comunicación*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1986.
- Gillwald, A., *Toward an African e-Index*, Research ICT Africa, Witwatersrand University, Johannesburg, 2005.
- Grupo de Trabajo sobre la Gobernanza en Internet, *Informe del Grupo de Trabajo sobre la Gobernanza en Internet*, Doc. WSIS-II/PC-3/DOC/5-S.
- Gutiérrez, J., *Desarrollo sostenible, Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.
- Hamelink, C. J., «Le développement humain». En UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000.
- Hamelink, C. J., «Did WSIS Achieve Anything at All?», *Gazette*, vol 66, n. 3-4, 2004.
- Hamelink, C. J., *ICTs and Social Development: The Global Policy Context*, UNRISD Discussion Paper n. 116, UNRISD, Ginebra, Octubre de 1999.
- Hanna, N. K *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, n. 3, junio de 2003.
- Harris, E., *Institutional Repositories: Is The Open Access Door Half Open or Half Shut?*, Learned Publishing, Vol.18, n. 2, abril, 2005.
- Harvey, E. R., «Cultural Rights, Cultural Policy, Cultural Diversity and constitutional Law in Latin American Countries», en *Cultural Diversity and Sustainable Development*, IMO, Culturelink, número especial 2002-2003, Zagreb, 2003.
- Hermes, G., *Culture et développement*, Presses de Sciences Po, París, 2000.
- Hudock, A., *Hearing the voices of the poor: Encouraging Good governance and Poverty Reduction though Media Sector Support*, World Learning for International Development, Washington, 2005.
- Huesca, R., «Tracing the History of Participatory Communication Approaches to Development: A Critical Appraisal». En J. Servaes (ed.), *Approaches to Development Communication*, UNESCO, París, 2002.

BIBLIOGRAFÍA

- Ibarra, P. y Unceta, K., (coords.), *Ensayos sobre el Desarrollo Humano*, Icaria, Barcelona, 2001.
- IDATE, *Digiworld 2005*, en Idate News n. 349, 21-3-2005.
- Idoyaga, P., «La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: un balance crítico», en Gaia, n. 47, Universidad del País Vasco, Leioa, 2006. (En prensa).
- IDS, (Institute for Development Studies), *A Good Place to Start*, Londres, 2006. Disponible en <http://www.ids.ac.uk/info>.
- Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003.
- Internet Governance Project, «Building an Internet Governance Forum, Internet Governance Project», 2-2-2006. Disponible en <http://www.internetgovernance.org>.
- ITU, *World Telecommunication Development Report 2003*, ITU, Ginebra, 2004.
- Kleymeyer, Ch. D., «Cultural Diversity, Sustainable Development, Traditional Stewards, and Community-Based Conservation». En Culturelink, *Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, Culturelink, IMO, Zagreb, 2003.
- Kliksberg, B., *Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo*, Intal Divulgación, Documento de divulgación, n. 7. Banco Interamericano de Desarrollo-INTAL (Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe), Buenos Aires, 2000.
- Klinksberg, B., *Cómo enfrentar la pobreza*, GEL, Buenos Aires, 1992.
- Klitgaard, R., In Search of Culture». En Culturelink, n. 6, Zagreb, 1992.
- Kneen, B., *The Tyranny of Rights*. Versión 2-01-2006. En <http://www.forumonpublicdomain.ca/files/Tyranny%20of%20Rights%20Jan06.pdf>.
- Kripalani, M., «India's Fresh Chance for Innovation», *Business Week*, 16 mayo 2003.
- Kyong-Dong, K., «The Culture of Development and the Idea of «Cultured Development». En M. Lee y otros (eds.), *Culture & Development in a New Era and in a transforming World*, The Institute for Far Eastern Studies y UNESCO, Kyungnam University, 1994.
- Lamo de Espinosa, E. y otros, *La Sociología del Conocimiento y de la Ciencia*, Alianza editorial, Madrid, 1987.
- Lerner, D. y Schramm, W. (eds.), *Communication and Change in the Developing Countries*, The University Press of Hawaii, Hawaii, 1967.
- Lerner, D., *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, Glencoe, Illinois, 1958.
- MacBride, S. y Roach, C., «The New International Information Order». En G. Gerbner, Mowlana, H. y Nordens-trens, K., *The Global Media Debate. Its Raise, Fall and Renewal*, Ablex, Norwood, Nueva Jersey, 1994.
- Mansell, R. y Wehn, U., *Knowledge societies. Information Technology for Sustainable Development*, Oxford University Press, Nueva York, 1998.

- Mason, S. M. y Hacker, K. L., «Applying Communication Theory to Digital Divide Research». En *IT&Society*, vol. 1, n. 5, verano de 2003.
- Masuda, Y., «Parameters of the Post-Industrial Society», en T. Forester, *The Information Technology Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1985.
- Mattelart, A., «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», *EPTIC*, vol. VII, n. 6, sep-dic, Brasil, 2005.
- Mattelart, A., *Historia de la sociedad de la información*, Paidós Comunicación, Barcelona, 2002.
- McBride, S., *Un solo mundo, voces múltiples*, FCE, Madrid-México, 1980.
- Mefalopulos, P. y Kamlongera, Ch., *Participatory Communication Strategy Design, A Hand Book*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, segunda edición, Roma, 2004.
- Miège, B., *L'information-communication, objet de connaissance*, De Boeck-INA, Bruselas, 2004.
- Miguel de Bustos, J. C., *Cultura, Comunicación y Desarrollo*, Cuadernos de Trabajo n. 16, Hegoa, Bilbao, 1996.
- Moeglin, P. (Comp.), *L'industrialization de la formation. Etat de la question*, Centre National de Documentation Pédagogique, París, 1998.
- Mohamed, A., «U. S. Renews Contract for Oversight of Internet», *Washington Post*, 20-5-2005, D01.
- Morris, «A Comparative Analysis on the Diffusion and Participatory Models in Development Communication», *Communication Theory*, 13, n. 2, mayo 2003.
- Morris, N., *Bridging the Gap: An examination of Difusion and Participatory Approaches in Development Communication*. Prepared for the CHANGE project/USAID, The CHANGE Project/The Manoff Group, 2001.
- Mowlana, H. y Wilson, L., *Comunicación, tecnología y desarrollo*, UNESCO, París, 1994.
- Mukhopadhyay, D., «La quadrature du cercle: La technologie et les médias traditionnels», *Effects des technologies de communication sur les identités culturelles*, *Tiers Mondes*, n. 3, Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication et Centre d'Etudes Comparatives sur le Développement, París, mayo de 1988.
- Mulhall A.; Norrish, P.; Margan, K. L. y Myers M., *Improved Communication Strategies for Renewable Natural Ressource Research Outputs. Socio-economic Methologies for Natural Research. Best Practice Guidelines*, Natural Ressources Institute, Chatham, Gran Bretaña, 1999.
- Neveu, E., *Une société de communication*, Montchrestien, París, 1994.
- Nuttall, Ch., «AOL Accused of Planning 'two-tier' Internet», *Financial Times*, 28-2-2006.
- OCDE, *ICTs and Economic Growth in Developing Countries*, Development Co-operation Directorate, 10-12-2004.
- OECD, *ICTs and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, Industries and Firms*, OECD, París, 2003.
- OECD, *Information and Communications Technologies, OECD Communications Outlook*, OECD, París, 2005.
- OFCOM, *Media Literacy Audit. Report on Adult Media Literacy*, Gran Bretaña, 2 de marzo de 2006.

BIBLIOGRAFÍA

- ONU, *Objetivos de desarrollo del milenio*, Informe 2005, Naciones Unidas, 2005. Disponible en <http://www.un.org/millenniumgoals>.
- ONU, *World Economic Situation and Prospects 2006*, ONU, Nueva York, 2006.
- PEN Weekly, «South Africa: Microsoft Translates Windows into Three Local Languages». En PEN Weekly News-Blast, Business Day, Johannesburgo, 21 de abril de 2006.
- Pisani, F., «Brecha digital: tres estrategias complementarias», El País, 18-05-2006.
- Porat, M., *The Information Economy*, Center for Interdisciplinary Research, Stanford, 1976.
- Prada, F., *Mechanism for Financing the Information Society from a Global Public Goods Perspective*, Instituto del Tercer Mundo, enero de 2005.
- Prentki, T.; Pammenter, D. y Mavrocordatos, A., «Cultural Rights: Development Wrongs». En Culturelink, *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, special issue 2000, Zagreb, 2000.
- Programa para el Desarrollo las Naciones Unidas (PNUD), *Tools for Development. Using Information and Communications Technology to Achieve the Millenium Development Goals*, Working Paper, United Nations ICT Task Force, Diciembre de 2003.
- Purdey, A. Y otros, «Participatory Health Development in Rural Nepal: Clarifying the Process of Community Empowerment», Health Education Quarterly 21 (3).
- Rhoads, Ch., «EU, Developing Nations Challenge U.S. Control of Internet», The Wall Street Journal, 25 de octubre de 2005, B1.
- Richter, M., «Managing Cultural Transitions: Multiculturalism, Interculturalism and Minority Policies». En N. Svob-Dokic (Ed.), *The Emerging Creative Industries in Southeaster Europe*, Culturelink, Institute for International Relations, Zagreb, 2005.
- Roach, C., «Los EE.UU. y el Nuevo Orden Mundial de la Información y de la comunicación», *Telos* 16, Madrid, dic-feb. 1989.
- Rogers, E. M. (Ed.), *Communication and Development: Critical Perspectives*, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1976.
- Sagasti, F.; Prada, F. y Espinoza, A., *Public Finance in a Globalizing World: Peruvian Case Study*, UNDP-Office of Development Studies, 2004. En F. Prada, *Mechanism for Financing the Information Society from a Global Public Goods Perspective*, Instituto del Tercer Mundo, enero de 2005.
- Saraswati, B., «Intercultural Communication». En B. Cvjeticanin, *Dynamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996.
- Schafer, P., «Diversity and Sustainable Development. Contemporary Concerns or Permanent Realities?». En Culturelink, *Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, Culturelink, Zagreb, 2003.
- Schramm, W., *Mass Media and National Development: the Role of Information in the Developing Countries*, Stanford University Press, Stanford, 1964.

- Sciadas, G., *De la fracture numérique aux perspectives numériques*, NRC-CNRC, Orbicom, Quebec, 2005.
- Servaes, J. Malikhao, y P., *Comunicación y Desarrollo Sostenible*, IX Mesa de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo, FAO, Roma, 6-9 de septiembre, 2004.
- Servaes, J. y Malikhao, P., «Development Communication Approaches in an International Perspective», en J. Servaes (ed.), *Approaches to Development Communication*, UNESCO, París, 2002.
- Servaes, J., «Advocacy strategies for development communication», en en J. Servaes (Ed.), *Walking on the Other Side of the Information Highway*, Southbound, Penang, Malaisia, 2000.
- Servaes, J., «Development Communication in Action: Report on the Interagency Meeting on Advocacy Strategies for Health and Development», WHO Conference, Ginebra, 9-13 noviembre de 1992.
- Siochrú, S. O., «Will the Real WSIS Please Stand Up?», *Gazette*, vol 66 (3-4), 2004.
- Slater, D. y Tacchi, J., *ICT Innovations for Poverty Reduction*, UNESCO, 2004.
- Smith, A., «Is there a Global Culture?», *Intermedia*, agosto-septiembre, vol. 20, n. 4-5, Londres, 1992.
- Sonaïke, S. A., «Comment faire face aux conséquences indésirables des transferts de technologie de communication. Le cas de Nigérie». En *Effects des Technologies de Communication sur les Identités Culturelles*, Tiers Mondes, n. 3, Société Française des Sciences de l'Information et de la communication et Centre d'Etudes Comparatives sur le Développement, París, mayo de 1988.
- Takahashi, D., «Tech Rivals Target the World's Poor», *Mercury News*, 2-5-2006.
- Thompson, M., «ICT, Power, and Development Discourse: a Critical Anlysis». *Ejisdsc* 20, 4, 2004. Disponible en <http://www.ejisdsc.org>.
- UNCTAD, *Information and Communication Technology Development Indices*, Naciones Unidas, Nueva Cork y Ginebra, 2003. Contiene una interesante la revisión de literatura acerca de los índices para medir las TIC.
- UNESCO, Institut de Statistique de l'UNESCO, *Echanges internationaux d'une sélection de biens et services culturels*, 1994-2003, UNESCO, Montreal, 2005.
- UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2001 y 2003.
- UNESCO, *Programme International pour le Développement de la Communication. Evaluation des Réformes*. Informe realizado por el Profesor Helge Ronning et Kristin Skare Orgerest, Département des Médias et de la Communication. Université d'Oslo, UNESCO, febrero de 2006.
- UNESCO, *Rapport mondial sur la communication*, UNESCO, París, 1997. Existe traducción al español: *Informe mundial sobre la comunicación*, UNESCO-Acento-Fundación Santamaría, Madrid, 1998.
- UNESCO, *UNESCO's Basic Texts on the Information Society*, UNESCO, París, 2003.
- United Nations, Press Conference on Information Society Summit, Departament of Public Information. News and Media Division, , New York, 31-10-2005.

BIBLIOGRAFÍA

USA Today, «Much Toxic computer Waste Lands in Third World», 25-2-2002. Disponible en <http://www.usatoday.com/tech/news/2002/02/25/computer-waste.htm>.

Valdés, I., «Le transfert d'idéologie: Le Tiers Monde et les idéologies conflictuelles de l'âge de l'information». En *Effects des technologies de communication sur les identités culturelles*, Tiers Mondes, n. 3, Société Française des Sciences de l'Information et de la communication et Centre d'Etudes Comparatives sur le Développement, París, mayo de 1988.

Van der Stichele, Ph., «Participatory Rural Communication Appraisal» (Diagnóstico de Comunicación Rural Participativa), Extension, Education and Communication Service. FAO Research, Extension and Training Division. FAO, Julio 1998. La segunda edición del manual *Participatory Rural Communication Appraisal*, se encuentra en <http://www.fao.org>. El manual también se puede consultar en <http://www.comminit.com/materials/ma2005/materials-2593.html>.

Von Bertalanffy, L., «A System View of Man», Westview Press, Boulder, Colorado, 1981.

Walter, Ph.; McNamara, K. y Wallace, L., *The Significance of information and Communication Technologies for Reducing Poverty*, Departamento Gubernamental para el Desarrollo Internacional, (DFID), Londres, 2002. Disponible en <http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/ictpoverty.pdf>.

Wapner, P. y J. Ruiz, J. (eds.), *Principled World Politics: The Challenge of Normative International Relations*, Rowman & Littlefield, Lanham, 2000.

Warschauer, M., «Reconceptualizing the Digital Divide», *First Monday*, volumen 7, n. 7, julio de 2002. En http://www.firstmonday.dk/issues/issue7_7/warschauer/index.html.

Wilkins, K. G., «Reshaping Development Communication: Developing Communication and Communicating Development», en *Communication Theory*, 11:4, nov. 2001.

World Bank, *Spanning the Digital Divide*, 2001, pp. 47 y ss. En estas páginas se encuentran ejemplos de cada una de las acciones, así como referencias bibliográficas

World Economic Forum, *Governance and globalization for the 21s Century: A Conversation with Tom Friedman and Hill Gates*, World Economic Forum Annual Meeting 2006, 27-1-2006.

World Economic Forum, *The Global Information Technology Report 2001-2002. Readiness for the Networked World*, Oxford University Press, 2002.

World Summit on the Information Society, Civil Society Declaration to the World Summit on the Information Society, «Shaping Information Societies for Human Needs», WSIS Civil Society Plenary, Ginebra 8-12-2003.

World Summit on the Information Society, Civil Society Statement on the World Summit on the Information Society, «Much More Could Have Been Achieved», Túnez, 18-12-2005.

Wresch, W., «Information Access in Africa: Problems with Every Channel», *The Information Society*, n. 14, 1998.

Xian, G., «Culture and Development: A Sustainable World in the Twenty First Century», en *Culture and Development vs Cultural Development*, IMO, número especial, Zagreb, 2000.

Zallo, R., *Economía de la comunicación y de la cultura*, Akal, Madrid, 1979.



La relación entre comunicación y cultura es un binomio indisoluble, buscar una fórmula equitativa en el perfeccionamiento

del mismo, asumir que la participación constituye una de las dimensiones principales de la sociedad de la información; o que la planificación de objetivos en los países en desarrollo ha de estar presente en cada etapa que se aborde son, entre otros atractivos temas, objetivo del análisis de este provocador ensayo, que abre nuevas perspectivas de debate y sitúa la discusión en los fines más ambiciosos de la cooperación internacional al desarrollo.

